



# RAPPORT ANNUEL 2018

# 2018

## PENSER GLOBALEMENT ET AGIR LOCALEMENT

*Tout au long de l'année 2018, nous avons participé à plusieurs événements et développé plusieurs outils montrant à quel point le commerce équitable s'inscrit autant dans une réflexion locale que globale, tant les enjeux sont croisés. Ces actions sont souvent menées avec des partenaires de différents mouvements dont les valeurs sont proches des nôtres, comme celles du mouvement de la transition, des droits humains, de la "slow fashion", de l'agriculture paysanne... En effet, nous pensons que le commerce équitable doit nouer des alliances afin de renforcer toutes les alternatives en faveur d'un monde plus résilient et plus juste.*

## TABLE DES MATIÈRES

<b>INFORMER, SENSIBILISER, MOBILISER</b> .....	<b>4</b>
<b>APPRENDRE ENSEMBLE</b> .....	<b>18</b>
<b>NOS PARTENAIRES</b> .....	<b>25</b>
<b>LE COMMERCE ÉQUITABLE ET SOLIDAIRE</b> .....	<b>32</b>
<b>NOTRE VISION</b> .....	<b>41</b>
<b>LES COMPTES ET LE BILAN FINANCIER</b> .....	<b>43</b>
<b>ANNEXES</b> .....	<b>51</b>

# AVANT-PROPOS

*Il fallait vivre dans une grotte ces dernières années pour ne pas se rendre compte que les citoyennes et les citoyens ont aujourd'hui envie d'autre chose : ils veulent une société plus authentique, plus durable, plus respectueuse des femmes, des minorités et de l'environnement, une société qui a du sens. Consommer pour consommer, au plus bas prix possible, ne les intéresse plus. Ils veulent du vrai. Et ils ne sont plus dupes. Les grands discours, les déclarations d'intention les laissent indifférents : ils veulent du concret, des actes, de véritables alternatives.*

Les entreprises l'ont bien compris, et nous voyons fleurir depuis quelques temps des initiatives qui semblent partir d'une bonne intention, bien que correspondant souvent à du greenwashing, du genderwashing ou du socialwashing plutôt qu'à de véritables alternatives : des t-shirts à slogans féministes produits pour quelques cents par une ouvrière au Bangladesh participent-ils à la lutte pour l'égalité femmes-hommes ?

Se glorifier de produits fabriqués en Europe quand ils le sont dans

des usines de pays de l'Est où le salaire minimum n'atteint pas les 100 euros par mois aide-t-il à la construction d'un monde plus durable ? La réponse est dans la question.

Chez Oxfam-Magasins du monde, nous n'avons pas attendu que ce soit à la mode pour proposer une alternative globale à toutes ces dérives : notre vision du commerce équitable n'est pas qu'une question de prix juste, elle englobe des questions aussi vitales que l'égalité femmes-hommes, le respect de

l'environnement, la démocratie économique...

Ce n'est pas pour rien que nous parlons de partenaires et non de fournisseurs pour parler des producteurs avec lesquels nous travaillons. Par exemple, les Petits déjeuners Oxfam 2018 soutenaient plus particulièrement le projet de Corr-The Jute Works (Bangladesh) visant à faire face aux changements climatiques et au trafic d'êtres humains dont sont victimes les femmes. Corr-The Jute Works, ce sont 400 femmes réparties en 9 coopératives qui fabriquent des produits d'artisanat à partir de matières premières locales, telles que le jute, le bambou, la canne, la soie...

Mais nous ne nous arrêtons pas là. Le monde change constamment, les solutions aussi. Ainsi, en 2018, nous nous sommes intégrés dans le mouvement de

la Slow Fashion, avec comme point d'orgue l'Oxfam Day en mai 2018 à Tour & Taxis, où nous avons partagé l'espace avec d'autres initiatives belges pour une mode différente, soucieuse des êtres humains et de la planète. Nous avons également décidé de soutenir activement l'Open Food Network, une plateforme coopérative qui rassemblent des producteurs/trices et des citoyen-ne-s qui veulent construire un système alimentaire différent, équitable, bio et local.

Car, à côté de cette vision globale, Oxfam-Magasins du monde continue à agir au niveau local. Avec nos 70 équipes de bénévoles réparties partout en Wallonie et à Bruxelles, nos 130 JM-Oxfam actifs dans les écoles secondaires, avec notre implication dans « Communes du commerce équitable », avec notre campagne « Une autre commune est

possible », nous démontrons chaque jour que le slogan « Think global. Act local. » n'est pas qu'une façon de parler.

2018 a été l'année de l'ouverture et de l'innovation. En 2019, il sera temps de mettre ces innovations et nos activités commerciales en général au bénéfice d'un modèle économique durable.



**PIERRE SANTACATTERINA**  
Directeur Général

PARTIE 1

**INFORMER,  
SENSIBILISER,  
MOBILISER**

## CAMPAGNES

### UNE AUTRE MODE EST POSSIBLE

*Au printemps 2018, Oxfam-Magasins du monde a poursuivi sa campagne axée sur la slow fashion « Une autre mode est possible ». Au travers de cette campagne, notre organisation s'est mise au défi de prouver qu'avoir une garde-robe éthique, respectueuse des droits sociaux et de l'environnement, c'est possible ! La 'slow fashion' ou mode durable est ainsi une manière de s'habiller plus responsable et plus respectueuse de l'environnement, synonyme de « mieux consommer » (achats équitables, éthiques, de seconde main, en upcycling, création de vêtements à partir de chutes de tissus, etc.), mais aussi de « moins consommer » (réparation, customisation, troc, location, etc.).*

Divers outils d'information et de sensibilisation ont ainsi été réalisés et diffusés, notamment des vidéos de sensibilisation sur la chaîne d'approvisionnement textile de notre partenaire indien Mila, ainsi que des analyses sur les marchés publics textiles, sur le futur du secteur en 2030 et sur l'état des lieux du vêtement de seconde main en Belgique.

De nombreux événements ont également été organisés en particulier lors de la 'Fashion Revolution week'. À l'image de la

semaine du commerce équitable, cette semaine encadre toute une série d'activités un peu partout dans le monde autour de la mode durable, en commémoration de l'accident du Rana Plaza (24 avril 2013). Plusieurs représentations de la pièce de théâtre « Etre ou paraître » ont ainsi été organisées, suivies d'échanges avec le public. Mise en scène et interprétée par un groupe d'anciens étudiants de l'école Arts<sup>2</sup> à Mons, cette pièce questionne de manière décalée

les dérives de la fast-fashion à travers les yeux de quatre jeunes consommateurs.

La campagne s'est clôturée le 5 mai avec un grand événement, l'Oxfam Day – Slow Fashion Fair.

Cette journée festive offrait de nombreuses activités : un défilé de mode, des stands de vêtements de seconde main et d'artisanat équitable ; une foire commerciale, avec de nombreuses marques et revendeurs

slow fashion ; des ateliers do it yourself, une représentation de la pièce de théâtre « Etre ou paraître », des débats, etc. Un beau succès puisque l'événement a rassemblé plus de 2.000 personnes.



## REJOIGNEZ-NOUS

Pendant la période de juin 2018 à mars 2019, nous avons lancé une campagne de renouvellement de notre bénévolat. Son slogan était « Rejoignez-nous ! Ensemble, nous changeons le monde ». Avec cette campagne, nous voulions renforcer notre mouvement en recrutant et faisant adhérer de nouveaux publics à notre cause.

### Nous avons 2 objectifs :

1. Partager une image de notre organisation et de notre mouvement qui soit dynamique, innovante et tournée vers les enjeux d'aujourd'hui et de demain.
  2. Renforcer les équipes de bénévoles en accueillant des citoyennes et citoyens engagés, conscients des enjeux et valeurs portés par Oxfam-Magasins du monde.
- Afin de remplir ces objectifs, nous avons diversifié les moyens de communication : site internet, réseaux sociaux, stands lors d'événements publics et magasins physiques.

### La vidéo « Rejoignez-Nous »

Nous avons diffusé sur Internet une vidéo présentant la mission

et les objectifs d'Oxfam-Magasins du monde ainsi que les différentes façons d'agir avec notre organisation. Cette vidéo a été vue plus de 80.000 fois !

### Kenny The Bot : le nouveau membre de la famille Oxfam

Nous avons développé « Kenny The Bot », un robot qui établit un dialogue avec les internautes et leur pose une série de questions pour déterminer leur profil de bénévole. Il est disponible via le réseau social Facebook et l'application Messenger. Cet

outil n'a été lancé qu'en janvier 2019, nous n'avons pas encore pu l'analyser.

### Les Stands « Oxfamopathie » lors d'événements publics

Nous avons été actifs lors de plusieurs événements régionaux avec un stand de sensibilisation conçu spécialement

pour la campagne. Déguisés en scientifiques farfelus dotés d'une blouse blanche, d'une loupe, de lunettes et de stéthoscopes, nous avons interpellé les passant-e-s à travers différents tests pour prendre le pouls de leur engagement. Nous avons pu discuter avec plus de 800 personnes dont 125 se sont montrées très intéressées à s'investir chez Oxfam-Magasins du Monde.

### La campagne dans les magasins physiques

Au niveau local, en 2018, la campagne « Rejoignez-nous ! » s'est déployée lors de deux moments spécifiques : en magasin durant les vacances d'été et aux Petits déjeuners Oxfam en novembre 2018. Plus de la moitié de nos équipes se sont mises en action pour attirer des bénévoles et renforcer leur équipe.



## UNE AUTRE COMMUNE EST POSSIBLE

Les élections communales ont eu lieu le 14 octobre. A chaque élection, ça ne rate pas, les candidates et candidats sont attendus au tournant par les associations. Campagne électorale rime avec promesses de campagne d'un côté et revendications et interpellations de l'autre.

Par la transversalité de leurs compétences, les communes peuvent lutter contre les injustices et contribuer à une production et une commercialisation plus responsable : elles attribuent des marchés publics, font des choix de consommation, adoptent des règlements, mènent une politique fiscale, etc.

Après « Ma commune c'est pas le bout du monde » en 2000, « Ça passe par ma commune » en 2006 et 2012, Oxfam-Magasins du monde a décidé de remettre le couvert. Forts de nos évaluations précédentes, nous avons souhaité nous relancer dans une campagne pour rendre les politiques publiques plus justes, solidaires et durables et pour construire des alliances

locales et renforcer des mobilisations citoyennes autour d'initiatives de transition économique, écologique et sociale.

### Voici quelques revendications :

- Ma commune vote une résolution au conseil communal pour marquer son engagement à devenir commune du commerce équitable.
- Ma commune organise ou permet des actions d'information et de sensibilisation liées au commerce équitable.
- Ma commune soutient une ou des initiatives valorisant les produits locaux et durables.
- Ma commune intègre des critères de commerce équitable dans ses marchés publics.



- Ma commune met en place une politique d'éducation à la citoyenneté mondiale et solidaire.
- Afin de mettre en œuvre ces revendications auprès des candidat-e-s et/ou de sensibiliser les citoyen-ne-s, nous proposons 7 actions à mener : lancer une pétition, organiser une

visite de la commune, mener une action en magasin durant la semaine du commerce équitable, organiser une foire aux bonnes idées, organiser un débat sous la forme d'un apéro politique, rêver collectivement sa commune idéale en 2030 et partager des engagements/revendications via les réseaux sociaux.

Nos équipes de bénévoles ont réalisé 25 actions pour conscientiser les citoyen-ne-s et interpellé les candidat-e-s pour rendre leur commune plus juste et plus solidaire. Un suivi rigoureux des engagements obtenus est assuré à travers la campagne « Communes du commerce équitable ».



## PETITS DÉJEUNERS OXFAM, 27<sup>E</sup> ÉDITION

Le weekend des 17 et 18 novembre, 33.651 personnes se sont donné rendez-vous dans l'un des 185 petits déjeuners partout en Wallonie et à Bruxelles. L'occasion de déguster d'excellents aliments équitables, bios, d'ici et d'ailleurs et de découvrir une organisation engagée. Ce rassemblement est un moment fort pour sensibiliser le grand public au commerce équitable.

En 2018, c'est notre partenaire Corr-The Jute Works qui a été mis en lumière pendant les petits déjeuners Oxfam.

exposées à la montée des eaux et à des phénomènes climatiques extrêmes de plus en plus

Une partie des bénéfices (5000€) ont été récoltés pour permettre le renforcement des capacités des femmes artisanes menacées par le changement climatique et le trafic d'êtres humains. Il s'agit d'accompagner 400 femmes organisées en 9 coopératives dans le sud et l'ouest du Bangladesh, des régions

fréquents. Corr-The Jute Works soutient le développement de l'activité artisanale utilisant des matières premières locales, comme le jute et les

herbes marines (présentes dans les régions salines), afin de générer des revenus pour les femmes. L'enjeu est de stabiliser une source de revenus décents pour les 400 familles via le commerce équitable.

**33.651 personnes se sont rendues dans nos 185 petits déjeuners !**

**CORR THE JUTE WORKS BANGLADESH**  
PARTENARIAT AVEC OXFAM DEPUIS 1990

**CORR THE JUTE WORKS EN CHIFFRES CLÉS :**

- 220 groupes, la plupart organisés en coopératives
- 4856 femmes et 160 hommes
- 80 salarié-e-s à temps complet (dont 1/3 de femmes)

**PROJET SOUTENU PAR LES PETITS DÉJEUNERS 2018 :**

- Accompagner 400 femmes organisées en 9 coopératives dans le sud et l'ouest du Bangladesh.
- Renforcer les capacités de ces artisanes menacées par le changement climatique et le trafic d'êtres humains.
- Développer une activité artisanale utilisant des matières premières locales comme le jute et les herbes marines.
- Stabiliser une source de revenus décents pour ces 400 artisanes via le commerce équitable.

**OXFAM**  
Magasins du monde

## Les petits déjeuners équitables aux Parlements

Le 18 octobre, Oxfam-Magasins du monde participait au petit déjeuner équitable du Parlement européen, organisé par le Fair Trade Advocacy Office (FTA0). Ce petit déjeuner

rassemblait des représentants des organisations du commerce équitable du monde entier, des représentants du Parlement européen et deux commissaires européens : Madame Cecilia Malmstrom et Monsieur Neven Mimica. C'était l'occasion de faire le point avec eux sur les

réalisations et les défis futurs. Un représentant d'une coopérative de cacao de Colombie a également témoigné des difficultés rencontrées à cause du conflit dans son pays et de l'importance du commerce équitable, surtout quand les prix mondiaux sont extrêmement

bas. Enfin, le commissaire européen au développement, Neven Mimica, a annoncé la sortie d'une étude sur les avantages et les inconvénients d'une législation contraignante pour le secteur du textile, un réel pas en avant vers des chaînes d'approvisionnement textiles plus durables.



Le 25 octobre, Oxfam-Magasins du monde participait cette fois à la quatrième édition du petit déjeuner équitable au Parlement fédéral, organisé par le Trade for Development Centre (TDC) et quelques organisations de commerce équitable, dont Oxfam-Magasins du monde. Le thème principal de cette année était le cacao. Jules Manlan, vice-président du RICE (Réseau ivoirien du commerce équitable) et producteur de cacao (coopérative COABIA), a témoigné des dérives de la filière cacao/chocolat. Il a invité les pouvoirs publics, les entreprises et les consommateurs à s'engager pour un revenu minimum vital pour les producteurs.

## COMMUNES DU COMMERCE ÉQUITABLE

*Soutenue par la Direction générale de la Coopération au Développement, la campagne est coordonnée en partenariat avec Oxfam-Magasins du monde, Fairtrade Belgium et Miel Maya Honing. La province de Luxembourg participe également à la coordination grâce à son engagement en tant que province du commerce équitable. Au niveau communal, la campagne est essentiellement portée par des comités de pilotage mettant en relation les acteurs/trices locaux : l'administration, les associations, les entreprises, les commerçants, l'horeca, les citoyen·ne·s, etc.*

L'objectif de la campagne CDCE est de sensibiliser les acteurs/trices locaux au commerce équitable et d'intégrer la thématique au sein des communes de façon à obtenir des changements de comportement des commerçants, écoles, établissements horeca, associations, entreprises, administrations communales, etc. ainsi que des changements des règles et des pratiques des communes (marchés publics, sensibilisation des habitant·e·s, ...).

La campagne CDCE s'inscrit dans un réseau international « Fair trade towns campaign » né en Angleterre en 2001. Plus de 2000 communes réparties dans plus de 30 pays sont titrées. En Belgique, 240 communes sont titrées « Communes du commerce équitable ». En fédération Wallonie-Bruxelles, la campagne existe depuis 2006.

L'année 2018 a été un moment fort pour la campagne « Communes du commerce équitable ». Grâce au contexte

favorable des élections communales et provinciales, Oxfam-Magasins du monde a mené la campagne « Une autre commune est possible ». Un dossier, un flyer et un kit d'action ont favorisé la vitalité de la campagne CDCE. Résultat, 9 communes ont été titrées « Commune du commerce équitable » et la province de Luxembourg a reçu le titre de « Province du commerce équitable ». 41 communes sont donc titrées et près de 60 actives dans la démarche!

### Parmi elles, quelques exemples :

- Le 10 octobre 2018, 2 500 habitants de la ville de Huy ont été chercher leur sac réutilisable en coton équitable en échange du bon publié sur le Huy Mag, le journal de la ville.
- À Enghien, le comité de pilotage a fait une action de promotion du commerce

équitable dans les vitrines vides de la ville.

- Le comité de pilotage de Thuin a décidé d'organiser un défilé de mode afin de sensibiliser ses concitoyens à un autre mode de consommation le 7 octobre 2018.

À l'occasion de sa remise de titre le 10 décembre, la commune de Woluwe-Saint-Pierre a projeté le film « Toxique Fringues » de façon à mettre l'équitable à l'ordre du jour des marchés publics textiles.



# UNE INFORMATION ACCESSIBLE À TOUS GRÂCE À DIFFÉRENTS SUPPORTS

## LES INFORMATIONS DISPONIBLES EN MAGASINS

*Les Magasins du monde-Oxfam sont bien plus que des magasins classiques. Nous nous différencions des commerces conventionnels car le cœur de notre activité est la dénonciation d'un système déséquilibré qui ne profite qu'à quelques nantis. Cela rend, de ce fait, notre activité complexe puisqu'il faut faire passer un message plus militant. Pour cela, il faut pouvoir disposer d'une information claire, complète et facilement accessible.*

Pour cela, en 2018, nous avons développé ou mis à jour plusieurs outils. La farde en magasin, trousse à outils qui rassemble l'ensemble des informations utiles à l'activité des bénévoles en magasin, a été mise à jour et évaluée dans le courant de l'année. L'avantage de cet outil est de compiler en un seul et même endroit toute l'information utile pour la

gestion quotidienne des activités en magasin.

Les cartes partenaires ont été complétées en 2018. En effet, depuis la création du support, de nombreux partenaires se sont ajoutés à la liste. Ces cartes ont pour objectif de donner une information concise aux clients qui achètent un produit issu du commerce

équitable. En quelques lignes, elles décrivent l'impact concret du commerce équitable dans les vies des artisans et de leur famille.

Sur le comptoir, les fiches 3P se sont succédées pour mettre en évidence tantôt un partenaire, tantôt une campagne. Placée à un endroit stratégique, cette feuille A4 résume de manière visuelle un thème de notre actualité.

Pour accompagner les campagnes de sensibilisation, plusieurs dossiers sont publiés chaque année. Ils sont destinés à un public averti et analysent une problématique en détail.



## INFORMER NOS PUBLICS SUR INTERNET ET LES RÉSEAUX SOCIAUX

*En 2018, notre site Internet a continué à augmenter son audience dans la foulée de 2017, avec 188.948 utilisateurs en 2018, contre 167.238 en 2017 (+12,98%).*

Concernant l'âge de nos publics, nous avons touché une population plus jeune et plus active (52,34% se situent entre 25 et 44 ans) mais nous devons réfléchir à l'offre proposée aux plus jeunes sur notre site (-9,74% pour les 18-24 ans). Par contre, la proportion de visiteurs féminins et masculins est restée relativement stable, avec toujours une prédominance forte des femmes : 68,4%-31,6% en 2018, contre 67,4%-32,6% en 2017.

Comme l'année précédente, nous avons constaté la même évolution dans la technologie utilisée pour visiter notre site : le nombre de sessions sur mobile représente maintenant 36,52% du total, contre 30% en 2017, 91.150 sessions en 2018, contre 66.965 en 2017 (+36,12%), alors que les

sessions sur ordinateur (+1,51%) et sur tablette (+0,12%) restent stables.

Nous avons également continué à renforcer notre présence sur les réseaux sociaux, qui deviennent de plus en plus un maillon essentiel de notre communication vers nos clients et sympathisants. Ainsi, à la fin 2018, nous comptons 10749 personnes qui nous suivaient sur Facebook (+16%), 1799 sur Twitter (+1%), 932 sur LinkedIn (+7%), 906 sur Instagram (+69%) et 137 sur YouTube (+33%).

Enfin, suite au RGPD (Règlement général de l'Union européenne sur la protection des données), nous avons mis à niveau notre liste d'abonnés (de 19905 à 4853). Nous avons cependant constaté que les membres de cette liste rafraîchie semblent

plus intéressés par nos activités : le taux d'ouverture des newsletters est passé de 12,29% à 26,77% et le taux de clics de 3,36% à 14,05%. Nous avons donc perdu en abonnés bruts,

mais nous avons gagné en abonnés réellement intéressés par nos actions. Ces évolutions et constatations nous ont amenés à réfléchir sur la refonte de notre site Internet, qui ne

semble plus adapté aux standards actuels et à l'évolution de nos activités et publics. Ce projet sera lancé en 2019.



## LES ANIMATIONS EN DEHORS DES MAGASINS

### Dites-le avec un vélo !

En 2018, nous avons eu l'occasion de tester le projet « Oxfamobile ». L'idée est assez simple : former une équipe Oxfam mobile, qui se déplace avec un vélo triporteur électrique pour sensibiliser le public dans des lieux de

passage, tels que des festivals, des fêtes locales ou même, pourquoi pas, tout simplement en rue.

Nous étions présents à la petite foire alternative de Semel fin juillet et au festival Esperanzah début août.

Premier constat : les gens sont attirés par le vélo et par l'animation ludique qui l'accompagne. Avec l'accroche « voulez-vous lancer un dé », il était facile de proposer de participer à notre jeu de l'oie basé sur différentes petites épreuves autour de produits

d'artisanat ou d'épicerie, afin de montrer les impacts du commerce équitable.

Nous avons également testé le vélo en manifestation, notamment lors de la grande marche pour le climat du 2 décembre. Même s'il est plus compliqué à utiliser dans la circulation à Bruxelles, nous pensons que ce vélo est un bel outil de sensibilisation, bien dans l'air du temps. Nous sommes toujours en recherche de bénévoles intéressés par ce projet.

### Transition écologique et agricole

Nous soutenons les producteurs marginalisés, qu'ils soient ici en Europe ou dans le Sud. C'est pourquoi notre mouvement participe à différents événements en soutien à l'agriculture paysanne, comme les actions du RESAP ou le Festival Alimentaire piloté par SOS Faim. Nous avons participé à l'organisation du Forum des alternatives, où

une dizaine d'associations ont présenté des outils très concrets en faveur de la transition alimentaire.

### Rejoignez-nous ! Le bénévolat c'est contagieux !

Nous avons également été présents à plusieurs événements (Tomorrow Now, Oxfam Day, Festival LaSemo, Esperanzah! Valériane, Aubépine, etc.) avec notre stand « Oxfamopathie ». Celui-ci met en scène des scientifiques munis d'une blouse blanche, d'un stéthoscope et de lunettes saugrenues, interpellant les passant·e·s à l'aide de tests : test de Rorschach, test de vue, la carte du monde déformée, un scan thoracique, ... Durant ces événements, nous avons pu « ausculter » l'engagement d'environ 400 personnes et engager la discussion autour des différentes façons d'agir avec Oxfam-Magasins du Monde.



## ANALYSES ET ÉTUDES

*Construire un discours ambitieux, une vision progressiste de la société et du développement, et identifier les leviers de changement citoyens et politiques en vue d'une société plus juste, est la base de notre stratégie de changement. Cela se construit notamment à partir d'un travail de recherche et d'information rigoureux concrétisé dans les analyses et études que nous produisons.*

Celui-ci nous permet de développer nos expertises et nos connaissances, en nous assurant crédibilité et légitimité sur le fond. Il nous permet également de nous renforcer méthodologiquement et d'ainsi améliorer l'impact de notre travail de terrain de sensibilisation et de mobilisation. Enfin, nos publications servent à toucher directement divers publics (citoyens, associations, politiques...) en leur donnant des grilles d'analyses sur des enjeux socio-économiques.

### **Trente-deux analyses et deux études ont été produites en 2018.**

Certaines de nos analyses portent sur des enjeux liés à nos

thématiques. Elles ont pour objectif de renforcer nos connaissances, d'alimenter nos campagnes, de présenter un positionnement argumenté. Nous avons notamment traité de questions relatives au textile, au café, à la transition, au commerce équitable, aux inégalités, à l'éco-féminisme.

Certaines analyses permettent de renforcer notre travail d'éducation, de prendre du recul par rapport à nos pratiques et de partager nos expériences et outils pédagogiques. D'autres encore sont centrées sur le travail d'éducation permanente, la dynamique d'équipe, l'engagement et le renforcement de la base militante.

Particularité de cette année, le travail réalisé par les équipes a été l'occasion de préparer la réflexion stratégique entamée fin de l'année. C'est le cas par exemple des analyses sur la collapsologie ou encore de celle relatant l'intervention d'Olivier Deschutter à notre Assemblée générale.

Les études, qui demandent un important travail d'investigation, de recherche et de réflexion, ont porté sur la slow fashion « Slow Fashion – Définition, cartographie des acteurs/trices Belges et positionnement d'Oxfam-Magasins du monde » et sur le théâtre forum « Quels sont les enjeux éducatifs du recours au théâtre-forum ? Le cas des Oxflash ».

Nous veillons à rendre nos écrits compréhensibles et accessibles de façon à apporter des clefs de compréhension à nos publics. L'ensemble de notre production est accessible sur notre site internet.



## NOTRE TRAVAIL EN RÉSEAU

*En 2018, Oxfam-Magasins du monde a poursuivi et même renforcé son investissement dans les réseaux internationaux et en Belgique.*

Oxfam-Magasins du monde fait partie d'Oxfam en Belgique, aux côtés de ses organisations-sœurs, Oxfam-Wereldwinkels et Oxfam-Solidarité. Oxfam en Belgique est membre d'Oxfam International. Oxfam-Magasins du monde fait aussi partie de différentes plateformes belges, dont le CNCN, achACT, le Réseau de Soutien à l'Agriculture Paysanne (RESAP), Agroecology in Action, la Fédération belge du commerce équitable (BFTF), et participe à plusieurs autres réseaux dans le domaine de l'éducation.

Au niveau international, Oxfam-Magasins du monde préside le groupe Oxfam Fair Trade, composé des affiliés Oxfam actifs dans le commerce équitable. L'objectif est d'échanger et de partager les

pratiques pour plus de cohérence au niveau mondial ainsi que de mettre le commerce équitable à l'agenda de l'organisation.

### WFTO EUROPE

Nous sommes membres du conseil d'administration de WFTO global (World Fair Trade Organisation) et de sa branche européenne, WFTO Europe. L'année 2018 a été une année particulièrement importante, comme en témoignent les échanges et travaux lors de la biennale des membres européens de WFTO du mois de juin à Bruxelles et à Wavre. Cet événement a été l'occasion de réunir les acteurs/trices de commerce équitable et de

discuter des enjeux. Lors de cette biennale, nous avons échangé sur les prochaines élections du Parlement européen et sur la façon de faire du plaidoyer. Nous avons débattu des enjeux liés au genre, au salaire vital et à l'intégration des organisations productrices « Nord ». Nous avons également discuté de la nouvelle Charte du commerce équitable qui a été officiellement lancée le 25 septembre 2018. Cette nouvelle charte, rédigée par un groupe d'expert.e-s internationaux dont Oxfam-Magasins du monde, révisé et met à jour celle de 2009. Elle réaffirme les valeurs fondamentales du commerce équitable à l'heure où ce terme a de plus en plus de succès et risque d'être galvaudé.

Nous collaborons également avec le Bureau européen de plaidoyer sur le commerce équitable (FTAO). Oxfam-Magasins du monde fait aussi partie

d'EFTA (European Fair Trade Association).

Enfin, notre réseau s'est encore renforcé sur le plan national comme international autour de l'enjeu de genre. Nos efforts fournis depuis 2017 dans la construction d'une politique genre et d'un guide de langage inclusif (mis en application en 2018) ont alimenté deux guides de bonnes pratiques : l'un sous la direction de WFTO Global, et l'autre dans le cadre de la trajectoire "Genre et ECMS/Nord" portée par les 5 structures fédératives (ACODEV, CNCN-11.11.11., ngo-federatie et FIABEL)

### OXFAM DAY

Le 5 mai, Oxfam-Magasins du monde organisait un grand événement à Tour&Taxis sur le

thème de la mode éthique et durable. En collaboration avec Oxfam-Solidarité et Oxfam-Wereld Winkels mais aussi avec le service Solidarité internationale de la Ville de Bruxelles, cet événement a rassemblé plus de 2.000 personnes autour d'un programme d'activités varié.

Plusieurs conférences étaient prévues autour des inégalités dans le monde du travail et sur la régulation des filières textiles. Un forum des alternatives textiles avait également lieu et a rassemblé des entrepreneurs et des acteurs liés au secteur textile.

En parallèle, l'un des entrepôts de Tour&Taxis abritait une foire commerciale textile permettant à une quinzaine d'entrepreneurs Slow fashion de présenter leur alternative et leurs produits, et un espace consacré au Do it yourself suivant le processus de fabrication textile : filage,

tissage, teinture, confection et personnalisation/upcycling. Oxfam y présentait également ses produits alimentaires, son artisanat, son alternative seconde main mais aussi les différentes manières de s'engager dans l'organisation. Plusieurs de nos partenaires étaient présents : Asian Monitoring Ressources Center (AMRC) qui travaille sur les questions de travail décent en Asie, Mila Fair Clothings, une jeune entreprise spécialisée dans la confection de vêtements équitables et biologiques et Aj Quen, une fédération de collectifs artisans mayas qui permet à des femmes rurales d'accéder à un emploi dans des conditions saines, sûres et flexibles.

L'artiste Tom Arthus-Bertrand s'est également joint à nous pour un projet artistique inédit. Tom revenait d'un voyage au Bangladesh à la rencontre des enfants du textile, et souhaitait partager ces rencontres avec notre public. Il a donc conçu un espace rassemblant des



centaines de portraits de ces enfants et la possibilité pour les visiteurs et visiteuses de notre évènement de se prendre en photo devant le même décor.

La journée s'est terminée en apothéose avec un grand défilé-spectacle conçu par l'asbl Assistance à l'enfance et Giovanni Biasiolo. Les

modèles qui y étaient présentés ont été créés à partir de vêtements et accessoires de seconde main par des associations, des créateurs

professionnels et des étudiants en stylisme.

## OXFAM FRAPPÉ PAR LE SCANDALE HAÏTI

Contrairement à d'autres pays, notre petite Belgique ne compte pas une organisation Oxfam mais trois entités indépendantes. Cela rend parfois les choses plus complexes. Il n'est pas rare que le grand public mélange donc les activités de nos trois organisations : Oxfam Wereldwinkels, Oxfam Solidarité et Oxfam-Magasins du monde. Oxfam Wereldwinkels asbl/Oxfam Fairtrade coopérative, basées à Gand, mènent des activités de commerce équitable en Flandre. Oxfam Solidarité finance des projets d'urgence et de développement dans le « sud » et est basée à Bruxelles. Notre association, Oxfam-Magasins du monde mène des activités d'éducation permanente et de commerce équitable et solidaire en Fédération Wallonie Bruxelles.

Début 2018, la presse a fait écho de scandales touchant

Oxfam. Nous avons été tous et toutes fortement remués-e-s par les comportements sexuels indécents de la part de collaborateurs d'Oxfam dans le cadre de leurs missions humanitaires. L'inconduite de certains (ex-)employés d'Oxfam sur le terrain est absolument inacceptable et va à l'encontre de toutes nos valeurs et de tout ce que nous défendons. Nous sommes d'autant plus révoltés-e-s par ces comportements que la défense des droits des femmes, premières victimes des inégalités contre lesquelles nous luttons, est au cœur de notre travail. Un des critères du commerce équitable est d'ailleurs l'égalité entre les femmes et les hommes.

Oxfam-Magasins du monde n'est pas directement impliquée puisqu'aucun expatrié n'est envoyé dans le cadre de la pratique du commerce

équitable. Cependant, nous ne voulions pas sous-estimer l'impact de cette affaire sur notre organisation et notre fonctionnement. De plus, nous sommes membres d'Oxfam International et à ce titre nous en partageons les succès et les échecs, les moments joyeux et les moments douloureux.

Nous avons évidemment reçu de nombreuses interpellations, parfois pour exprimer de l'indignation, le plus souvent du soutien. Pour (ré)assurer la confiance du grand public et partager nos motivations d'engagement, nous avons organisé un tour des régions : « A cœur ouvert ».

Pierre Santacatterina, Directeur Général d'Oxfam-Magasins du monde, et Marie-Bruno Zweerts, Directrice Mouvement ont répondu, en toute transparence, aux questions des participants et ont écouté et partagé leurs indignations.

Ces soirées ont été l'occasion de rappeler pourquoi nous travaillons pour Oxfam-Magasins du monde ; quelles sont les valeurs et les missions de notre organisation et, plus spécifiquement, du commerce équitable ; comment et pourquoi nous nous mobilisons et nous engageons ensemble, ... Ces soirées organisées au printemps à Liège, Nivelles, Namur, Neufchâteau, Mons et Bruxelles ont été l'occasion de partager collectivement ce qui nous motive et de rappeler, si besoin, que le comportement de quelques-uns ne pouvait anéantir les preuves quotidiennes d'altruisme, de compassion ainsi que l'esprit ouvert et rempli d'humanité de milliers d'autres.

Nos bénévoles et sympathisants l'ont bien compris. Oxfam Solidarité constate d'ailleurs que son résultat en termes de récolte de fonds

(signe du soutien du public) n'a pas faibli malgré ce scandale.

Si la récolte de fonds se porte bien, le commerce équitable est en perte de vitesse. Les situations financières d'Oxfam Wereldwinkels/Oxfam Fairtrade et d'Oxfam-Magasins du monde sont beaucoup plus précaires.

Comme vous le constaterez dans le rapport financier, malgré la volonté de collaborer plus intensément, la situation commerciale et financière s'est dégradée.

Oxfam-Magasins du monde ne peut évidemment pas regarder sa situation se détériorer sans prendre des mesures nécessaires à son rétablissement financier.

PARTIE 2

# APPRENDRE ENSEMBLE

## NOTRE COLLABORATION AVEC LE MONDE SCOLAIRE

### LE PROJET PRIMAIRE

*En 2018, 15 classes de 5ème ou 6ème primaire de 9 écoles différentes de la fédération Wallonie-Bruxelles ont participé au projet « Aliment'actions ».*

L'objectif était de sensibiliser les autres élèves de l'école, les parents mais également le quartier (commerçant·e-s, voisin·e-s...) aux alternatives alimentaires. Après une animation reçue par une animatrice d'Oxfam-Magasins du monde, qui expliquait aux élèves les étapes du système alimentaire et les alternatives que l'on pouvait imaginer pour chacune de ces étapes, les classes sont passées à la phase d'appropriation de la thématique par les élèves.

Les enseignant·e-s ont commencé à sensibiliser leurs élèves grâce aux outils pédagogiques réalisés par Oxfam-Magasins du monde (notamment ceux produits dans le cadre de la campagne « Cultivons les alternatives »).

Certaines classes ont fait appel à des intervenant·e-s extérieur·e-s pour recevoir une animation spécifique (par exemple Worms, pour comprendre le fonctionnement du compost, ou encore

Vert'Pomme pour la co-construction d'un potager).

Nous souhaitons que la thématique soit abordée de manière transversale à travers tous les cours : français, mathématique, éveil géographique et scientifique, et pourquoi pas dans le cadre du cours de gymnastique ! Certaines classes y sont parvenues plus que d'autres, surtout celles soutenues pleinement par la direction.

Après cette phase d'appropriation, qui a duré de septembre à décembre, place à l'action ! La demande du projet

était que chaque classe puisse mener au moins deux actions dans son école.

Aménagement d'un sentier, création d'un compost, construction d'un potager et plantation de graines, organisation d'un petit déjeuner local et équitable, semaine zéro-déchets dans toute l'école, fabrication d'abris à insectes... autant d'actions différentes pour expliquer qu'il existe des alternatives bien réelles à notre système de consommation actuel.

Dans plusieurs écoles, les parents ont été invités à

participer aux différentes actions : aide pour la construction du potager, participation au petit déjeuner... Les enfants étaient fiers de montrer ce qui avait été fait !

Les enseignant·e-s interrogé·e-s à la fin estiment que ce projet aura provoqué un déclic dans la tête de plusieurs élèves. 85% des enseignant·e-s participant ont envie de réitérer un pareil projet dans le futur. Deux enseignantes se sont d'ailleurs réinscrites pour la session 2018-2019 !

## OXFAM-EN-ACTION ET JACE

### Oxfam-en-Action

En 2018, les équipes « Oxfam-en-Action » – rassemblant des jeunes de 18 à 25 ans s’engageant au nom d’Oxfam sur les campus de Bruxelles et de Wallonie – ont rejoint la campagne textile.

Au niveau local, les équipes ont organisé de nombreuses activités dénonçant les dérives de la « fast fashion » (Troc de vêtements, défilé de seconde main, participation au Slow Fashion Day, petits-déjeuners, goûters, etc.). Le kot Oxfam de Louvain-la-Neuve s’est joint à d’autres kot-à-projets pour organiser un grand événement autour de la transition.

Au niveau national, une trentaine de jeunes bénévoles ont notamment pu vivre un week-end de formation et de rencontre. Ce week-end « Prikkel » est organisé un an sur deux avec les jeunes néerlandophones d’Oxfam-in-Actie. Au

programme, rencontre avec les partenaires de Commerce équitable du CIAP, jeu de rôle « Cousu de fil blanc » de la campagne textile, visite d’alternatives dans Bruxelles...

L’année s’est terminée par la grande manifestation pour le climat du 2 décembre à Bruxelles.

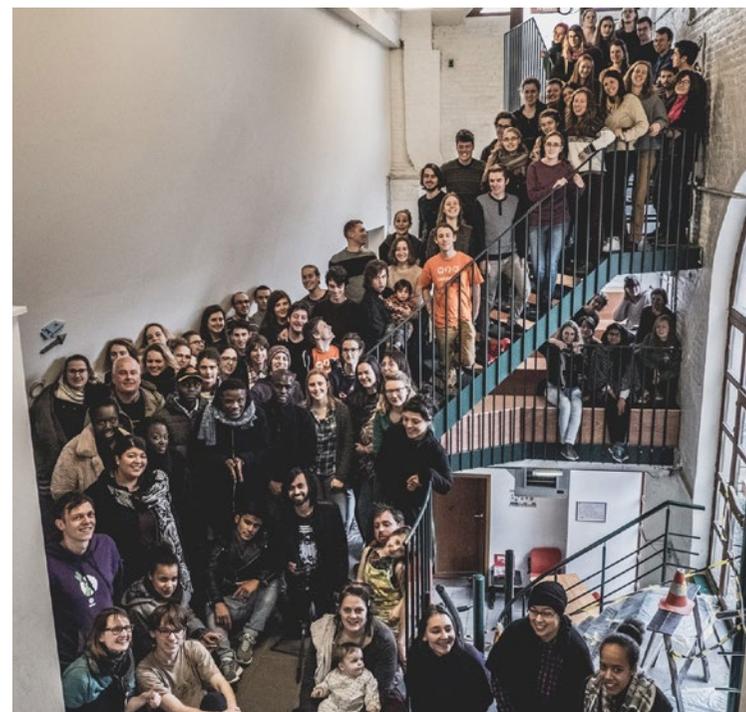
Le projet « Oxfam-en-action » qui depuis la rentrée scolaire 2017 est également proposé à l’ensemble des hautes écoles de Belgique francophone, a pu s’étendre à quelques nouveaux groupes. Une relance a été faite auprès de ces écoles en octobre 2018 afin d’étendre encore le mouvement à ces étudiant-e-s.

### Jeunes Ambassadeurs du Commerce Equitable (projet J.A.C.E)

L’année 2018 était la troisième et dernière année du projet européen Erasmus + "Jeunes

Ambassadeurs du Commerce Equitable". Ce projet, qui réunissait trois écoles (de Theux en Belgique, de Bordeaux en France et de Lisbonne pour le Portugal) ainsi que trois organisations de commerce équitable, est arrivé à son terme après un séjour à Bruxelles en janvier organisé par Oxfam-Magasins du Monde et un dernier séjour à Bordeaux en mars. Lors de ces séjours, les jeunes en fin de secondaire ont continué à approfondir diverses thématiques liées au commerce équitable, ont rencontré des parlementaires européen-ne-s, ont animé d’autres écoles avec les outils et jeux qu’ils ont eux-mêmes créés et pour finir, ont reçu un diplôme de jeune ambassadeur lors d’une cérémonie à la mairie de Bordeaux.

Cette année, étaient aussi organisés les événements de dissémination, soit diverses conférences en Belgique,



France et Portugal pour présenter le projet ainsi que les productions intellectuelles (jeux, manuels et kits d’animation, vidéos) créées par les différents intervenants au projet.

Le rapport final du projet a été monitoré de manière approfon-

die et a été approuvé sans réserve et avec enthousiasme par la directrice de l’Agence Erasmus + – France.

## LES JEUNES MAGASINS-OXFAM (JM-OXFAM)

*En 2018, 123 équipes d'enseignant-e-s et d'élèves se sont engagées dans ce processus d'apprentissage de la citoyenneté et de la démocratie en s'appropriant les thématiques liées aux relations Nord-Sud et à la consommation responsable. Grâce à des activités de sensibilisation dans leur école et à la vente de produits issus du commerce équitable, en passant par de grandes journées de rencontres entre jeunes, les élèves ont acquis de nombreuses compétences, dont les plus importantes sont probablement d'être capables de se questionner, de se positionner et de défendre des valeurs pour devenir un-e citoyen-ne du monde.*

Après la campagne « Une autre mode est possible » qui a mobilisé nos JM sur l'année scolaire 2017-2018, c'est sur la campagne « Politique : marre de s'en foutre ! » que nous les avons mobilisé-e-s.

Le but de celle-ci était de les mettre en action au sein de leur établissement scolaire pour revendiquer un ou des changements en son sein : consommation, mobilité, finance responsable, place des multinationales telles que Coca-Cola dans les écoles, etc. Pour ce faire, nous leur avons

fourni un « kit de revendication », ainsi que des fiches d'animation autour de l'engagement citoyen au sens large (un débat mouvant sur la désobéissance civile, une réflexion sur leur rapport à la politique, des outils pédagogiques, une démarche artistique pour imaginer leur école dans quelques dizaines d'années, etc.).

En 2018, 5 nouvelles équipes JM-Oxfam se sont constituées :

- Sainte-Union, Kain
- Ecole Secondaire Plurielle Maritime, Molenbeek

- Lycée Intégral Roger Lallemand, Saint-Gilles
- Athénée Royal Leonardo Da Vinci, Anderlecht
- IPES, Wavre

### Les Oxflashes

Cette année, 6 écoles ont organisé un Oxflash, c'est-à-dire une journée de sensibilisation à destination des élèves de l'école. C'est une occasion pour le JM-Oxfam de se former et de se mettre en action dans son école, en proposant toute une série d'activités. Cette journée est co-organisée avec les animateurs/trices JM-Oxfam qui outillent et accompagnent les élèves dans la réalisation des activités qu'ils proposent à leurs pairs.

Avec la compagnie Ebullition, deux séances de théâtre-forum sur le thème de la consommation responsable ont été proposées dans chaque école participante.

Ces représentations mêlent des saynètes de théâtre et des moments de débats/discussions lors desquels le public est invité à monter sur scène pour changer la situation vécue par un des personnages. Les thèmes abordés cette année étaient les habitudes de consommation, la filière « seconde main » et le commerce équitable.

### Journée Oxfamnesty 2018

Le mercredi 31 janvier 2018, 268 jeunes et professeurs, issus de 29 équipes JM-Oxfam et Antennes Amnesty différentes, se sont retrouvés à Charleroi à l'occasion de la seizième journée Oxfamnesty. L'édition de cette année portait sur le thème des discriminations liées aux genres. Cette année, nous avons collaboré avec de nombreuses associations extérieures qui ont proposé des ateliers et des animations aux élèves (GAMS, Crible ASBL,

les CHEFF, Le Monde selon les Femmes, etc.). Du théâtre-forum, ainsi que deux plénières très engagées ont aussi été proposées durant cette journée.

### Journée de rentrée des JM 2018

Événement phare de l'année, la journée de rentrée des JM a accueilli pas moins de 500 jeunes membres des JM-Oxfam. Dans une ambiance résolument festive, les élèves se sont formés aux principes du commerce équitable pour pouvoir à leur tour les expliquer. Nous avons aussi profité de cette journée pour mettre les jeunes en action autour de la campagne « Politique : marre de s'en foutre ! ». Deux innovations cette année : la mise en place d'un speed-dating géant où chaque JM présentait une action qui a bien marché chez eux, ou un outil qu'ils utilisent ; mais aussi des ateliers pratiques

autour de leur petit magasin (présentation d'une appli pour gérer les stocks, outils pédagogiques, parcours d'un produit, recruter des nouveaux, etc.).

### Des JM en action toute l'année

En 2018, plus de 50 actions locales spontanées ont été réalisées par nos JM. Grâce à notre dossier de campagne, les JM ont pu proposer toute une série d'animations à destination des autres élèves au sein de leur établissement. Ils ont aussi mené des actions de revendication dans leur école, aidés notamment par le petit guide que nous avons mis en place.

### Le comité inter-JM

Le comité inter-JM rassemble des jeunes qui veulent aller plus loin avec les JM-Oxfam. Le groupe se réunit généralement toutes les six semaines et compte une vingtaine de membres actifs venant d'équipes JM-Oxfam diffé-

rentes. En 2018, le comité aura notamment eu l'occasion de vivre les activités suivantes : une action de terrain devant Primark, une visite alternative de Bruxelles, un WE d'animations, d'actions et de débats, la création d'une pièce de théâtre-forum sur la présence de distributeurs Coca-Cola au sein des écoles, la création d'un film sur les migrations au sein de l'« Usine à films amateurs » au musée Kanal, une formation à l'argumentation ou encore une animation autour du café équitable.

Le début de l'année 2018 a été marqué par une action du comité inter-JM devant le Primark de la rue Neuve pour réclamer plus de transparence dans les chaînes de production textiles. Action qui a eu un fort retentissement médiatique et qui a surtout abouti à un engagement de Primark de publier les noms et les adresses de ses fournisseurs.



## LES FORMATIONS ORGANISÉES POUR LES BÉNÉVOLES

*Chaque année, nous organisons une cinquantaine de formations pour les bénévoles sur des matières très diverses : projets des partenaires, connaissance de l'organisation, accueil d'un client en magasin, vie d'équipe, etc. Ces formations ont pour but commun de permettre aux bénévoles de mieux comprendre les enjeux d'Oxfam, de pouvoir les partager, mais aussi de se sentir plus à l'aise dans leurs missions et dans l'organisation.*

Chaque année, nous proposons aux bénévoles adultes un programme de formations de base ou d'approfondissement, générales ou spécifiques aux missions de chacun.

Ces formations abordent divers aspects de la vie d'équipe et des bénévoles : les pratiques en magasins, la connaissance des partenaires, les enjeux liés au commerce équitable, etc. Ces moments d'apprentissage prennent également la forme d'ateliers d'échange et de constructions de pratiques et de savoirs ; ils peuvent aussi avoir lieu lors d'assemblées ou d'événements du mouvement.

La formation « Présenter et vendre les produits », par exemple, permet de recevoir des informations sur les produits et les nouvelles collections, mais également de découvrir le travail des partenaires, les procédés de fabrication ou l'impact social de leur action. Cette formation, proposée au printemps et à l'automne dans les différentes régions, rassemble de nombreux bénévoles venant de toutes les équipes. Ces journées de formation sont donc également l'occasion d'échanger sur les

pratiques en magasin, de l'accueil des clients à l'information et la sensibilisation autour de nos campagnes. Des ateliers et des exercices pratiques dynamisent le contenu et les échanges.

Au-delà des savoir-faire très pratiques, les bénévoles apprécient développer des savoirs autour des grands enjeux d'Oxfam, leur permettant une meilleure compréhension du

monde dans lequel nous évoluons et leur offrant des leviers d'action pour la sensibilisation.

Les thématiques des campagnes ont été particulièrement mises en avant. Les formations enjeux-actions « Agir pour l'égalité des genres », « Agir pour la souveraineté alimentaire », « Agir pour le travail décent » permettent par exemple d'approfondir les enjeux du com-

merce équitable et de se mettre en action. En 2018, les campagnes « Une autre mode est possible » et « Une autre commune est possible » ont été au centre ou fil rouge de plusieurs formations.

À côté des formations de base, générales et planifiées dans un agenda annuel, toute une série de formations sur mesure sont disponibles, aussi bien sur les

techniques de vente ou de sensibilisation, que pour approfondir ses connaissances sur une thématique spécifique ou pour répondre aux besoins particuliers d'une équipe. Ces formations sur mesure représentent près de la moitié des formations de l'année.

Au-delà des chiffres de participation, la formation est un des lieux privilégiés de l'apprentis-

**En 2018, 52 formations ont accueilli 2179 participants.**



sage pour les bénévoles. Les dispositifs pédagogiques répondent d'une stratégie éducative élaborée dans le cadre de l'éducation permanente. Les échanges et la construction collective des savoirs entre bénévoles et avec les permanents sont au centre de notre démarche de formation. Il est essentiel que chacun reparte de la formation plus confiant et plus autonome pour agir sur le terrain, en magasin ou ailleurs.

Les pratiques d'apprentissage des bénévoles Oxfam-Magasins du monde sont au centre de nos préoccupations. À la suite d'une étude en 2016, un chantier a été lancé et est alimenté d'année en année. En 2017, nous avons commencé à développer des actions pour permettre une plus grande conscientisation par les bénévoles de leur apprentissage, pour leur permettre une vraie autonomie. Le travail sur la fixation des objectifs, des contenus, des mises en œuvres pratiques, ainsi que l'attention

portée au retour en équipe et aux évaluations, sont des pas de plus vers cette plus grande conscientisation des apprentissages. En 2018, nous avons poursuivi ces pistes, mais nous avons également alimenté le contenu de certaines formations, notamment sur les aspects commerciaux et communicationnels (accueil des clients, vente et sensibilisation, ventes extérieures, projet communes de commerce équitable, utilisation des réseaux sociaux, etc.).

L'accompagnement des bénévoles et des équipes est aussi complété par du coaching personnalisé, de l'aide à la gestion de projet ou à l'organisation d'événement et d'activité. Dans toutes ces démarches, l'apprentissage n'est jamais oublié, notamment via les évaluations qui permettent de mettre en avant les compétences mises en œuvre ou apprises.



PARTIE 3

**NOS PARTENAIRES**



## NOS PARTENAIRES

*Nos partenaires sont des organisations de commerce équitable qui rassemblent des producteurs et productrices d'artisanat et d'épicerie. Leurs structures varient, mais elles ont pour point commun la mise en place de projets qui font de la production de biens et de leur commercialisation dans le respect de certains principes. Ils contribuent ainsi au développement social, économique, culturel et environnemental de leurs communautés, qui sont principalement des populations précaires et marginalisées.*

En 2018, Oxfam-Magasins du monde a travaillé en direct pour l'artisanat avec 32 organisations de producteurs et productrices du Sud et avec 7 fournisseurs Nord dits indirects.

Pour les produits alimentaires, depuis l'accord de spécialisation avec Oxfam-Fairtrade de 2017, nous leur achetons l'ensemble de notre assortiment, qui provient de 106 organisations du Sud et 13 du Nord.

Nos gammes de produits cosmétiques Natyr et Senzia nous sont fournies par deux organisations de commerce équitable européennes, CTM-Altromercato (Italie) et Oxfam-Intermón (Espagne), qui travaillent elles-mêmes avec 27 partenaires fournisseurs.



© Fairtrade Connection



## COMMENT TRAVAILLONS-NOUS AVEC LES PARTENAIRES ?

En tant qu'organisation de commerce équitable, Oxfam-Magasins du monde s'engage à travailler dans la durée avec ses partenaires fournisseurs, dans la mesure du possible.

Oxfam-Magasins du monde préfinance les commandes, généralement à hauteur de 50%, ce qui permet aux artisan-e-s de ne pas s'endetter pour réaliser les dépenses nécessaires à la production.

Oxfam-Magasins du monde s'engage également à payer un prix équitable pour les produits, c'est-à-dire un prix négocié et transparent, via un dialogue avec ses partenaires commerciaux, qui permet aux artisan-e-s d'obtenir une rémunération décente pour leur travail.

Pour entamer un nouveau partenariat, plusieurs conditions doivent être remplies :

- l'organisation est structurée et en capacité d'exporter ;
- elle travaille selon les 10 principes du commerce équitable tels que définis par WFTO (World Fair Trade Organisation). Son projet contribue à l'amélioration des conditions de vie des productrices, des producteurs et de leurs familles;
- les produits présentent un intérêt commercial et sont complémentaires avec l'assortiment existant;
- l'organisation est prête à mener un dialogue ouvert et transparent et à favoriser une relation de collaboration équilibrée ;
- la Commission Partenaires valide le nouveau partenariat.

Au-delà de la relation commerciale, l'enjeu est de construire ensemble une alternative crédible au commerce conventionnel et une force de changement.

# LES 10 PRINCIPES DU COMMERCE ÉQUITABLE

1 OPPORTUNITÉS POUR  
LES PRODUCTEURS  
DÉSAVANTAGÉS



2 TRANSPARENCE ET  
RESPONSABILITÉ



3 PRATIQUES  
COMMERCIALES  
ÉQUITABLES



4 PRIX JUSTE



5 PAS DE TRAVAIL FORCÉ  
NI DE TRAVAIL D'ENFANT



6 PAS DE DISCRIMINATION,  
ÉGALITÉ DES GENRES,  
LIBERTÉ D'ASSOCIATION



7 BONNES CONDITIONS  
DE TRAVAIL



8 DÉVELOPPEMENT DES  
COMPÉTENCES



9 PROMOTION DU  
COMMERCE ÉQUITABLE



10 RESPECT DE  
L'ENVIRONNEMENT



## LA COMMISSION PARTENAIRES (CPP)

La CPP est une instance du Mouvement (de bénévoles) d'Oxfam-Magasins du monde. Elle est composée de bénévoles, qui se portent volontaires et qui ont un droit de vote. En octobre 2018, suite à un appel aux candidatures, la CPP a été renouvelée pour un mandat de 3 ans et compte désormais 20 membres.

Elle est chargée du suivi des organisations partenaires d'Oxfam-Magasins du monde, en collaboration avec le service Partenariat qui l'informe sur toutes les questions relatives à cette mission. Selon les sujets, elle donne un avis, conseille ou prend des décisions.

Elle joue également un rôle de relais vers le Mouvement. La CPP prend notamment les décisions relatives à l'acceptation de nouveaux partenaires et à l'arrêt de certains partenariats.

La CPP incarne les principes de démocratie interne et de participation active qui sont des piliers de notre organisation. Elle veille à la garantie équitable, indispensable à la crédibilité de l'alternative que nous portons, par une vigilance générale appliquée à nos pratiques et à celles de nos fournisseurs partenaires.

Elle rend compte de ses activités au Conseil d'Administration via sa Présidente qui est administratrice. En 2018, elle s'est réunie 5 fois.



## RENCONTRES AVEC NOS PARTENAIRES

### ACCUEIL DE REPRÉSENTANT·E·S DE NOS PARTENAIRES EN BELGIQUE

En 2018, nous avons accueilli en Belgique les représentants de deux de nos organisations partenaires du Pérou et du Guatemala.

Mi-février, nous avons eu la chance de recevoir Emilio Fernandez et Bertha Flores, deux représentant·e·s de la CIAP (Centrale interrégionale des Artisans du Pérou). Trois équipes de bénévoles (Etterbeek, Virton et Louvain-la-Neuve) se sont mobilisées pour organiser des rencontres publiques avec eux.

Emilio et Bertha nous ont alertés de baisses importantes des commandes d'artisanat ces dernières années. Ils souhaitent notamment sensibiliser les citoyennes et

citoyens belges aux enjeux actuels de la CIAP et de son bras commercial, Intercrafts-Perú : trouver des débouchés commerciaux pour l'artisanat équitable sur les marchés local et international ; rivaliser avec

des contrefaçons made in China ; préserver les matières premières, etc. À Virton, la rencontre était animée par la CIAP et Ygaëlle Dupriez, responsable du déploiement de la filière laine en Wallonie,

ce qui a permis d'échanger sur des difficultés semblables au Nord et au Sud.

Dans le cadre de l'Oxfam Day du 5 mai, nous avons invité Marta Lidia Lopez, une artisanne

tisserande représentant notre partenaire guatémaltèque Aj Quen. Elle est l'actuelle présidente du Comité des Femmes pour le Développement de la Communauté (CMDEC) qui a participé à la fondation de l'association Aj Quen en 1989. Dès son arrivée, Marta Lidia a participé à un atelier d'expérimentation autour du textile organisé par Oxfam-Magasins du monde et le collectif de designers belges Macocoï. Ces artisanes du monde ont exploré ensemble de nouvelles formes de partenariat créatif : elles ont élaboré un prototype de tapis hybridant les savoir-faire du Guatemala et de Belgique, qui a ensuite été exposé lors de l'Oxfam Day.

Marta Lidia a visité successivement la centrale de Wavre puis le magasin de Louvain-la-Neuve où elle a rencontré les bénévoles de l'équipe.



© Tineke D'haese

A Soignies et Nivelles elle a participé à des activités avec les jeunes des JM Oxfam et était heureuse de retrouver dans les deux magasins de ces villes des articles qu'elle avait elle-même réalisés.

A l'occasion d'un petit déjeuner organisé avec le Fair Trade Advocacy Office (FTAO) au Transistore à Etterbeek, Marta Lidia a raconté aux participant·e·s (dont deux membres de l'ambassade du Guatemala), son histoire personnelle et celle du groupe de femmes, la fondation et le projet d'Aj Quen, le chemin parcouru et les bénéfices acquis, sans omettre les difficultés actuelles liées à la baisse des commandes.

### RENCONTRES LORS DE SALONS ET FOIRES COMMERCIALES

Au salon Ambiente de février 2018, l'équipe commerciale a

également rencontré les représentant·e·s d'ACP (Népal), Allpa (Pérou), Craft Link (Vietnam), CORR-The Jute Works (Bangladesh), CRC (Inde), Dhaka Handicrafts (Bangladesh), Selyn (Sri Lanka), Undugu (Kenya) et Village Works (Cambodge). Des rencontres ponctuelles ont aussi eu lieu à Bruxelles avec Maquita et Pueblos del Sur.

### VISITES CHEZ NOS PARTENAIRES

#### Audit de Cooptex

Début décembre, nous avons effectué l'audit de Cooptex, un de nos partenaires indiens qui nous fournit du textile de maison en coton, fabriqué sur métier à tisser manuel. Il s'agissait d'évaluer la conformité de leurs pratiques au regard des principes du commerce équitable. L'objectif de ce type de missions est de vérifier le statut « équitable » de nos partenaires, et le

système est conçu comme un outil de professionnalisation et d'amélioration continue pour nos partenaires. Les points d'amélioration identifiés lors de l'audit sont intégrés à un plan d'action. L'audit comprend une visite des infrastructures, des entretiens avec des membres de la direction, du personnel salarié et des artisan·e·s, et la consultation d'un ensemble de documents.

#### Appui à nos partenaires

En 2018, nous avons lancé la deuxième édition de l'appel à projets destiné aux organisations d'artisan·e·s avec lesquelles nous travaillons. L'objectif est de renforcer les capacités de nos partenaires du Sud, c'est-à-dire de soutenir la mise en place d'améliorations sur le plan matériel, technique, organisationnel, éducatif ou politique. Pour financer ces projets, un fonds spécifique alimenté par les bénéfices nets des Petits déjeuners Oxfam annuels a été constitué. Nous recevons

chaque année plusieurs propositions de projets, qui sont examinées par un comité de présélection interne. Celui-ci soumet ensuite au vote de la Commission Partenaires les projets jugés les meilleurs au regard des critères définis et communiqués au préalable.

C'est le projet de Qipaña (Bolivie) qui avait été choisi et financé en premier grâce aux Petits déjeuners-Oxfam 2016. L'édition 2017 a soutenu le projet d'ACP, notre partenaire népalais. Les 5000€ versés ont permis de moderniser la production de la céramique via l'installation de plusieurs machines. L'objectif principal était de faciliter la préparation de l'argile, afin d'augmenter la capacité de production et d'assurer une qualité plus régulière des produits. ACP vise ainsi une augmentation des commandes et donc du revenu pour les artisan·e·s.

Le projet financé grâce aux Petits déjeuners 2018 est

celui de CORR-The Jute Works au Bangladesh. Il sera mis en œuvre au cours de l'année 2019. Il a pour objectif le renforcement des capacités des femmes artisanes menacées par le changement climatique et le trafic d'êtres humains.

PARTIE 4

# LE COMMERCE EQUITABLE ET SOLIDAIRE



## L'ARTISANAT ÉQUITABLE, UN SAVANT MÉLANGE ENTRE TRADITION ET INNOVATION

*L'année 2018 a été particulière à plus d'un titre pour notre artisanat équitable.*

Tout d'abord, au printemps, nous avons mis en vente la première collection commune destinée à la fois aux Magasins du monde et aux Wereldwinkels. En effet, nos stocks ne font plus qu'un et tous les articles ont été regroupés dans un seul et même dépôt à Wavre.

De ce fait, quelques partenaires « Nord » et « Sud », avec qui les Wereldwinkels travaillaient, ont été placés en phase de test dans nos magasins. Leurs projets ont été analysés en détail, un par un, par la Commission Partenaires en vue de devenir membres à part entière de notre réseau.

Ensuite, il y a eu une volonté claire de la part de la direction

de limiter les risques en diminuant le nombre de références tout en misant sur plus de valeurs sûres. Les collections se sont, bien entendu, construites autour des tendances du moment mais, une attention particulière a été accordée aux « intemporels » qui, année après année, continuent à séduire nos clients sans se démoder. Dans ces catégories on retrouve par exemple : la vannerie, les jeux en bois ou encore les instruments de musique.

Aussi, pour nous inscrire définitivement dans le mouvement de la consommation responsable et durable, l'équipe des product managers a concentré ses efforts pour dénicher de plus en plus de

produits en matériaux renouvelables ou recyclés. On a ainsi pu découvrir des sacoches pour vélo réalisées à l'aide de vieux sacs de ciment, des bijoux en bois recyclé ou encore des foulards tressés selon l'art du Khanta pour valoriser des chutes de tissus en soie.

Cette réflexion nous a aussi encouragés à poursuivre notre collaboration avec Doppler. Ces petites gourdes multicolores sont un formidable outil pour préserver la planète. En effet, Doppler veut construire un monde dans lequel l'utilisation d'objets en plastique à usage unique est considérablement réduite. Oxfam-Magasins du monde a d'ailleurs signé la convention « Pledge PET Free » (Engagement à bannir les bouteilles en plastique au bureau) tout comme une centaine d'autres entreprises.

Et pour finir, pour prendre soin de notre peau en mode équitable, nous avons continué à investir dans les marques Senzia et Natyr. Ces marques ont continué à proposer, en 2018, des produits de soin d'une qualité exceptionnelle.

En ce qui concerne Senzia, 2 nouveaux produits ont trouvé leur place en rayon (un gel douche et une crème pour les mains).

Quant à Natyr, la marque n'est pas en reste puisqu'il y a eu 7 introductions, toutes élaborées avec des ingrédients biologiques issus du commerce équitable.

## FOCUS SUR NOTRE PARTENAIRE VILLAGEWORCS

*VillageWorks a pour objectif de créer des opportunités d'emploi et un revenu supplémentaire pour les populations rurales cambodgiennes. En effet, la population du Cambodge vit principalement de l'agriculture de subsistance et les possibilités de travail sont rares dans les campagnes.*

VillageWorks travaille avec plus de 300 artisan·e·s aux profils variés, dans différentes provinces. Les formations se donnent au centre de tissage de Baray, mais les artisan·e·s retournent ensuite, souvent, dans leurs villages. Cela leur permet de combiner l'activité de couture ou de tissage avec leurs responsabilités familiales. C'est ainsi que près de 80 personnes, dont une majorité de femmes, peuvent travailler à domicile ou tout près de leurs maisons dans des ateliers.

A Phnom Penh, capitale du Cambodge, 30 personnes travaillent au centre de production et de formation. Dans cette équipe, de jeunes

handicapé·e·s atteint·e·s de polio ou victimes de mines antipersonnel réalisent des sacs fabriqués à partir de matériaux recyclés ou de tissus sérigraphiés.

Parmi les nombreux impacts liés à l'activité de commerce équitable, on notera, entre autres, les formations qui permettent aux artisan·e·s de diversifier leurs revenus, la préservation du savoir-faire traditionnel artisanal cambodgien (tissage sur métiers à tisser traditionnels et la production de soie) et la sensibilisation des artisan·e·s et du grand public au commerce équitable.



## NOS ACTIONS COMMERCIALES

### APÉROS ÉQUITABLES

Nous fêtons chaque 2ème samedi de mai la Journée Mondiale du Commerce Équitable. Cette célébration est l'occasion de s'interroger sur notre façon de consommer : trop souvent, nous privilégions l'achat au meilleur prix sans prendre en compte les conditions de production dans les pays d'origine. Le commerce équitable doit permettre un développement économique plus harmonieux en permettant aux producteurs de tirer une juste rémunération de leur travail, tout en œuvrant pour le développement durable et en favorisant des modes de production respectueux de l'environnement.

Le samedi 12 mai 2018, nous célébrions la Journée mondiale du commerce équitable. À cette occasion, Oxfam-Magasins du monde organisait la

première édition des apéros équitables. Une occasion sympa de déguster d'excellents aliments équitables, bio, d'ici et d'ailleurs. Et aussi de découvrir l'histoire des agriculteurs/trices, des artisan-e-s du Sud et du Nord qui se cachent derrière nos produits.

Lors des apéros équitables, 48 magasins du monde Oxfam invitaient à partager l'apéritif (équitable bien sûr), découvrir nos produits et rencontrer l'équipe de bénévoles.

### NE TOURNONS PLUS AUTOUR DU POT

À l'occasion de la semaine du commerce équitable, Oxfam-Magasins du monde s'est associée à Oxfam-Wereldwinkels pour dénoncer, au niveau national, le quotidien de milliers de productrices et de

producteurs de cacao : conditions de travail inhumaines, extrême pauvreté, esclavage des enfants, déforestation massive...

Le 13 octobre 2018, il était possible d'échanger un pot de choco vide et propre de n'importe quelle marque dans l'un de nos magasins contre un pot rempli de pâte à tartiner « noisette » équitable. Cette nouvelle action dans notre réseau fut une belle réussite avec, en moyenne, 25 pots échangés par magasin sur la journée.

Pour construire une filière de cacao réellement durable et socialement viable, il faut une réglementation contraignante visant à obliger les entreprises à protéger activement les droits de l'homme dans leurs chaînes d'approvisionnement. Une telle réglementation est justement en cours de négo-

**13 OCTOBRE**  
**ÉCHANGEZ VOTRE POT DE CHOCO VIDE CONTRE UN POT DE CHOCO OXFAM !**

**GRATUIT**

**NE TOURNEZ PAS AUTOUR DU POT, CHOISISSEZ LE COMMERCE ÉQUITABLE**

Le 13 octobre, rendez-vous dans votre Magasin du monde-Oxfam le plus proche et échangez un pot de choco\* vide et propre de n'importe quelle marque contre un pot de choco gratuit Oxfam Fair Trade (400 gr). Ainsi, vous choisissez une alternative équitable et soutenez notre lutte pour une filière de cacao durable.

\* 1 pot par famille. Ne peut être cumulé avec d'autres offres ou réductions, non échangeable contre de l'argent. Offre valable dans la limite des stocks disponibles pour cette action.

**OXFAM**  
Magasins du monde

ciation à l'ONU. Au niveau national, il est possible d'obliger les entreprises à prendre leurs responsabilités. Si beaucoup de choses bougent dans nos pays voisins, rien ne semble vraiment bouger à ce propos en Belgique.

Pour soutenir nos revendications, nous avons fait circuler une pétition dès le 1er octobre. Elle était disponible en ligne et en magasin et a

remporté un franc succès ! Nous avons récolté 30.000 signatures.

L'ensemble des signatures a été remis aux politicien-ne-s pour les encourager à participer de manière proactive au travail dans leur hémicycle. Nous leur demandons d'agir au niveau local, au sein de leur parti ou auprès de leurs collègues ministres et parlementaires pour insister sur la nécessité de faire aboutir ce projet.

## UNE FIN D'ANNÉE ÉBLOUISSANTE

La fin de l'année est un moment très important pour notre chiffre d'affaires, c'est pourquoi en 2018 nous avons coordonné une série d'actions pour que citoyennes et citoyens découvrent les mille et une facettes de notre offre de produits équitables.

Il y a tout d'abord eu le catalogue de la collection « Hiver

2018 » pour donner un aperçu des produits disponibles dans les magasins en cette fin d'année. Des mises en scène, pour donner aux consommatrices et consommateurs l'envie de (re)venir en magasin pour (se) faire plaisir.

Le catalogue était disponible en magasin mais a aussi été distribué massivement auprès des associations et entreprises avec lesquelles nous collaborons régulièrement (dans des paniers bio de notre partenaire Agricover, à la ferme Nos Pilifs, aux membres du BFTF, aux employés d'Éthiquable, de Café Chorti et des chocolateries Belvas, chez RTL, à la RTBF...).

Ensuite, nous avons programmé une belle campagne d'affichage dans des lieux culturels fréquentés à Bruxelles et en Wallonie. Cette campagne de promotion a eu lieu du 4 au 14 décembre et a fait la promotion de la nocturne qui a été organisée le 14 décembre dans nos magasins.

Cette nocturne était l'occasion de présenter les produits de nos partenaires lors d'un moment convivial, dans une ambiance de fête. Pour annoncer l'événement, du matériel de promotion était disponible pour l'ensemble des équipes (affiches et flyers) et un bandeau présent sur de nombreux bus TEC annonçait la soirée.

Nous avons également été fort actifs sur le web. Tout d'abord, sur notre site internet, des banniers annonçaient la nocturne en présentant la collection de fin d'année. Ensuite sur les réseaux sociaux, où nous avons relayé cette actualité en proposant des idées cadeaux qui mettaient en avant les produits d'épicerie et d'artisanat en stock à la centrale. Enfin, nous avons également réalisé deux vidéos courtes, drôles et décalées qui mettaient en scène la magie de Noël dans l'entrepôt et le magasin.



## NOS PRODUITS ALIMENTAIRES ÉQUITABLES

### UN RAYON ÉPICERIE EN CONSTANTE ÉVOLUTION

L'avancée majeure concerne l'introduction des pâtes italiennes Libera Terra, « une terre libérée de la mafia ». Sous ce label, plusieurs coopératives agricoles siciliennes commercialisent des pâtes, des sauces et une série d'autres produits agricoles. Ce label a été créé dans le but de valoriser des terres fertiles au passé difficile. Ces terres appartaient en fait à des organisations mafieuses et ont été confisquées légalement. Actuellement, Libera Terra coordonne les actions de plus de 1600 associations, groupes, écoles ... engagés pour construire des synergies politico-culturelles et organisationnelles capables de diffuser la culture de la légalité. L'éducation à la démocratie, l'engagement contre la corruption, les camps d'entraînement anti-mafia ne sont que

quelques-uns de ces engagements concrets.

Et puis 3 variétés de snacks salés sont arrivées dans les magasins. Les GEOSTICKS sont des snacks sains sans gluten et sans produits laitiers. Ils sont multigrains, source de fibres et sont fabriqués avec du riz et du quinoa équitables en provenance de Thaïlande et du Pérou.

Nous avons également retrouvé une stabilité d'approvisionnement sur toute la gamme des fruits séchés. Dattes 'Medjoul' de Palestine, mangues Brooks du Burkina Faso, ananas Gold de Colombie et, belle nouveauté, les bananes Criollo de Colombie.



## LES VÊTEMENTS DE SECONDE MAIN

*En 2018, les consommateurs se posent de plus en plus de questions sur l'origine de leurs vêtements, les matières premières qui les constituent et l'épuisement progressif des ressources naturelles. Les déchets et le gaspillage sont aussi une préoccupation de plus en plus présente. Notre attention se porte aussi sur les conditions de fabrication des produits textiles, bien souvent au mépris de la santé et la sécurité des travailleurs de la chaîne de production.*

Réduire le gaspillage des ressources et l'impact environnemental de nos vêtements est passé de tendance à nécessité.

L'allongement de la durée de vie des produits par la réutilisation offre deux avantages environnementaux : il retarde le prélèvement de matières premières et il retarde la production d'un déchet et son traitement. En étirant la durée de vie des produits, certaines générations de remplacement peuvent être évitées. C'est l'exact opposé de l'obsolescence programmée qui vise à

produire-consommer-jeter selon des cycles de plus en plus courts. Le recyclage des vêtements implique la mise en œuvre à grande échelle de dispositifs visant la collecte, le traitement et la distribution des déchets devenus matières premières secondaires. Ces processus sont énergivores et polluants. Ils sont donc moins efficaces que la prévention ou la réutilisation.

La réutilisation est un processus très simple qui vise à maintenir l'objet dans son usage premier. C'est une activité économe en énergie

qui peut être rapidement mise en œuvre : un déchet collecté aujourd'hui peut être trié, réparé et remis en vente en quelques jours seulement.

En 2018, quatre magasins de vêtements de seconde main ont été repensés. Le magasin de Schaerbeek, tant dans la partie commerce équitable que dans la partie seconde main, à la plus grande satisfaction des clients. Les deux magasins de Ciney, l'un de commerce équitable, l'autre de seconde main ont fait le pari de se regrouper en un seul et même lieu.

Le point de vente de Bertrix a été déplacé dans un bâtiment basse énergie. Tout bénéfice pour la planète et pour les clients, qui trouvent à présent les marchandises dans un environnement propice à les mettre en valeur. En fin d'année, le magasin de

commerce équitable d'Arlon est venu s'installer en face du magasin de seconde main, créant ainsi une expérience client tout à fait nouvelle.



### CERTIFICATION SOLID'R

Oxfam-Magasins du monde détient la certification SOLID'R, label éthique qui garantit la plus-value environnementale, sociale et économique des dons qui sont faits aux entreprises d'économie sociale. Ces entreprises s'engagent à respecter un ensemble de critères repris dans une charte et contrôlés par un organisme indépendant : Forum ETHIBEL asbl. La présence d'opérateurs privés, parfois sous un couvert pseudo-humanitaire, est une source de confusion pour le public. Être labellisé SOLID'R offre la garantie aux donateurs que les biens cédés seront revalorisés dans un objectif éthique et solidaire. Pour connaître l'ensemble des critères : [res-sources.be](http://res-sources.be)

## NOS MAGASINS

*Oxfam-Magasins du monde c'est 67 points de ventes offrant des produits d'épicerie et d'artisanat et, pour certains d'entre eux, des vêtements de seconde main. En 2018, six magasins ont fait l'objet d'une rénovation en profondeur. Ils restent principalement localisés dans les centres villes et sont gérés par 2 500 bénévoles.*

L'année a débuté avec le déménagement du magasin de Herve dans un espace plus grand partagé avec 'Nos Racines', un magasin de produits locaux, frais et en vrac. Un nouveau modèle qui fait ses preuves, puisqu'on note une sensible augmentation des ventes depuis ce déménagement.

Le magasin de Schaerbeek a été relooké fin avril. Fin mai, ce fut au tour du magasin de Namur de déménager. Mi-juin, le magasin de Bertrix a été relocalisé au sein d'un nouveau bâtiment beaucoup plus agréable, avec un plus grand espace pour la seconde main. Celui de Ciney, consacré au

commerce équitable, a déménagé pour rejoindre le magasin de seconde main. A cette occa-

sion, tout l'espace a été rafraîchi et réaménagé.

Pour finir une année bien chargée, le magasin d'Arlon a déménagé dans une surface nettement plus grande, en face du magasin de vêtements de seconde main. Ce nouveau magasin comprend des

produits de commerce équitable, un espace dédié aux livres et un autre à la brocante.

L'évolution des ventes dépend de nombreux facteurs comme l'emplacement du magasin, la surface disponible ou le dynamisme des équipes, mais également de campagnes de

sensibilisation qui mettent l'accent sur la spécificité du commerce équitable, celle de nos produits et de nos partenaires. Plusieurs campagnes de sensibilisation ont permis en 2018 d'accroître la visibilité des produits et des partenaires avec lesquels nous travaillons.



## PRODUITS ET SERVICES POUR LES PROFESSIONNELS ET MARCHÉS PUBLICS

*En sus des produits disponibles dans notre assortiment consommateur, nous proposons des conditionnements et un service professionnel destinés aux associations, entreprises, administrations, revendeurs belges ou étrangers.*

En 2018, les ventes aux entreprises sont restées stables malgré la perte de deux clients importants qui, dans le cadre de leurs propres restrictions budgétaires, ont choisi de renoncer temporairement à offrir des produits Oxfam à leurs clients et personnels. Par ailleurs, d'autres clients ont renouvelé leur confiance: Bio

Planet (2 références de panier en gros volumes), le groupe Sequoia, les festivals Esperanza ! et Cabaret Vert (France). Le travail en profondeur portant sur les prix et les coûts d'importation nous ont permis de proposer des produits personnalisés en grands volumes à des prix équitables en adéquation avec les exigences des

clients. Ces ventes nous permettent de commander à nos partenaires des quantités parfois très importantes de produits identiques. Nos collègues d'Oxfam-Fairtrade et d'Oxfam-Solidarité ont également choisi de faire confiance à nos partenaires pour plusieurs actions marketing.

Nous restons actifs dans les secteurs publics qui choisissent d'intégrer des clauses éthiques et sociales dans les cahiers des charges des nombreux appels d'offres

publiés chaque année et auxquels nous répondons avec un succès grandissant. Parmi les opérateurs qui ont fait régulièrement confiance à Oxfam : le Service Public de Wallonie, Actiris, Infrabel, de nombreuses communes et provinces en Wallonie, à Bruxelles et en Flandre.

Par ailleurs, nous continuons à développer, produire et conditionner des objets d'artisanat sur mesure en petites, moyennes ou grandes séries sur base des multiples savoir-faire

de nos principaux partenaires : textile, faïence, verres, bois et déco, cuir ...

Les perspectives d'avenir pour l'artisanat équitable dans les entreprises restent positives. La qualité des produits proposés par nos partenaires et le professionnalisme de nos services nous permettront de relever de mieux en mieux les défis de ce segment de marché porteur.

PARTIE 5

**NOTRE VISION**

## STRATÉGIE 2030

*En septembre 2018, Oxfam-Magasins du monde a entamé une réflexion stratégique.*

Un travail sur un nouveau plan stratégique s'imposait pour différentes raisons :

- Notre plan stratégique actuel prend fin en 2020 ;
- les activités d'éducation et de mobilisation mettant en œuvre des programmes subsidiés se terminent en 2021 ;
- les questionnements autour de notre modèle nous poussent à retravailler notre

stratégie plus globalement : circuits courts, baisse des ventes, vieillissement des bénévoles, accessibilité de produits du commerce équitable dans le circuit de distribution conventionnel, perception du commerce équitable comme un combat du passé... ;

- Le contexte dans lequel nous travaillons a changé, le monde a changé.

L'organisation a voulu un exercice inclusif, qui implique les bénévoles (conseil d'administration, assemblées régionales et assemblée générale et les commissions), le personnel et des intervenants externes.

Un groupe de pilotage composé de bénévoles et travailleurs a été constitué. La réflexion est accompagnée par des consultants externes.

Deux grands moments de réflexion ont eu lieu avec les travailleurs et les bénévoles. Le 28 septembre 2018, tout le personnel s'est réuni pour discuter du futur de l'organisation. Lors de l'assemblée générale du 15 décembre 2018, les bénévoles se sont penchés sur les enjeux de 2030. Une intervention d'Olivier De Schutter, juriste belge, professeur de droit international à

l'UCL et ancien rapporteur spécial pour le droit à l'alimentation à l'ONU, a nourri les discussions.

Ces deux moments ont permis d'identifier les thématiques à travailler. Une première proposition de plan stratégique sera discutée lors de l'assemblée générale de juin 2019. Une validation finale est prévue en décembre 2019.

PARTIE 6

# LES COMPTES ET LE BILAN FINANCIER



## LE COMPTE ET LE BILAN DE L'ANNÉE.

*2018 se clôture sur une perte de 250.204€. Cette perte s'explique par un effondrement de nos marges tant au niveau alimentaire que non alimentaire. Les ventes supplémentaires en artisanat ont été insuffisantes compte tenu de l'augmentation du stock et l'érosion des ventes alimentaires se poursuit. Notre situation financière est donc délicate. Il est indispensable d'agir sur plusieurs fronts pour remettre l'activité commerciale au centre de notre mission et retrouver une situation financière plus saine.*

### LE COMPTE DE RÉSULTAT

Au niveau de l'alimentaire, nous combinons deux facteurs négatifs : la baisse des ventes dans notre réseau et la baisse de la marge suite à l'accord signé avec Oxfam-Fairtrade en janvier 2017. Nous étudions actuellement les possibilités de

retrouver des marges similaires à ce que nous avons dans le passé, qui nous auraient permis d'atteindre l'équilibre.

Au niveau du non alimentaire, notre chiffre d'affaires est en augmentation par rapport à 2017 et 2016 mais nous avons un gros problème de marge, partiellement lié au rachat du

stock à OFT et aux difficultés de l'écouler.

Nous avons été confrontés à la demande de nouveaux produits de la part des Wereldwinkels alors qu'il était nécessaire de vendre d'abord le stock important que nous venions d'acheter. Cette situation paradoxale a eu un impact sur la trésorerie et immobilise un stock résiduel toujours important à ce jour.

Les coûts généraux sont globalement bien maîtrisés et les subsides sont en hausse. Les points d'attention se situent à deux niveaux :

1. **Les coûts logistiques**, principalement en transport,

ont fortement augmenté. Une étude est en cours pour rationaliser ces coûts.

2. **Les investissements en informatique** (caisses enregistreuses, PC, lignes internet, ...) **et dans la rénovation des magasins** ont également fortement augmenté, ils doivent absolument se traduire en augmentation du chiffre d'affaires des magasins concernés.

### LE BILAN

Si notre résultat 2018 est mauvais et notre trésorerie en difficulté, notre bilan est

toujours suffisamment sain. Nos dettes à court et à long terme ont diminué. Nous avons un stock important que nous devons transformer en chiffre d'affaires.

Le prêt pour l'achat du siège de Wavre sera totalement remboursé au printemps 2020, ce qui nous donne une nouvelle capacité d'investissement, et nous avons encore par ailleurs trois magasins en propriété.

En outre, la demande d'agrément introduite en 2017 pour la déductibilité fiscale des dons vient d'être acceptée ce qui ouvre une porte vers de nouvelles rentrées permettant de soutenir nos projets.

# BILAN APRÈS RÉPARTITION 1/4

## ACTIFS

		2018	2017
<b>ACTIFS IMMOBILISES</b>	<b>20/28</b>	<b>1.566.624,18</b>	<b>1.602.968,53</b>
<b>I. FRAIS D'ÉTABLISSEMENT</b>	<b>20</b>		
<b>II. IMMOBILISATIONS INCORPORELLES</b>	<b>21</b>	<b>86.569,51</b>	<b>94.178,55</b>
<b>III. IMMOBILISATIONS CORPORELLES</b>	<b>22/27</b>	<b>1.277.086,80</b>	<b>1.312.148,52</b>
A. Terrains et constructions	22	1.200.581,77	1.257.718,61
Appartenant à l'association en plein propriété	22/91	1.200.581,77	1.257.718,61
Autres	22/92		
B. Installations, machines et outillage	23	6.426,71	9.733,14
Appartenant à l'association en plein propriété	231	6.426,71	9.733,14
Autres	232		
C. Mobilier et matériel roulant	24	70.078,32	44.696,77
Appartenant à l'association en plein propriété	241	70.078,32	44.696,77
Autres	242		
D. Location-financement et droits similaires	25		
E. Autres immobilisations corporelles	26		
Appartenant à l'association en plein propriété	261		
Autres	262		
F. Immobilisations en cours et acomptes versés	27		
<b>IV. IMMOBILISATIONS FINANCIÈRES</b>	<b>28</b>	<b>202.967,87</b>	<b>196.641,46</b>
A. Entreprises liées	280/1		
1. Participations	280		
2. Créances	281		
B. Autres entreprises avec lesquelles il existe un lien de participation	282/3		
1. Participations	282		
2. Créances	283		
C. Autres immobilisations financières	284/8	202.967,87	196.641,46
1. Actions et parts	284	16.525,31	16.525,31
2. Créances et cautionnements en numéraire	285/8	186.442,56	180.116,15

# BILAN APRÈS RÉPARTITION 2/4

## ACTIFS

		2018	2017
<b>ACTIFS CIRCULANTS</b>	<b>29/58</b>	<b>2.728.455,40</b>	<b>3.520.217,62</b>
<b>V. CRÉANCES À PLUS D'UN AN</b>	<b>29</b>		
A. Créances commerciales	290		
B. Autres créances	291		
dont créances non productives d'intérêts ou assorties d'un intérêt anormalement faible	2915		
<b>VI. STOCKS ET COMMANDES EN COURS D'EXÉCUTION</b>	<b>3</b>	<b>1.343.760,63</b>	<b>1.614.549,05</b>
A. Stocks	30/36	1.343.760,63	1.614.549,05
Approvisionnements	30/31		
En cours de fabrication	32		
Produits finis	33		
Marchandises	34	1.223.742,77	1.502.852,36
Immeubles destinés à la vente	35		
Acomptes versés	36	120.017,86	111.696,69
B. Commandes en cours d'exécution	37		
<b>VII. CRÉANCES À UN AN AU PLUS</b>	<b>40/41</b>	<b>599.001,46</b>	<b>740.367,20</b>
A. Créances commerciales	40	466.307,51	628.404,42
B. Autres créances	41	132.693,95	111.962,78
<b>VIII. PLACEMENTS DE TRÉSORERIE</b>	<b>50/53</b>		
<b>IX. VALEURS DISPONIBLES</b>	<b>54/58</b>	<b>751.192,01</b>	<b>1.132.922,60</b>
<b>X. COMPTES DE RÉGULARISATION</b>	<b>490/1</b>	<b>34.501,30</b>	<b>32.378,77</b>
<b>TOTAL DE L'ACTIF</b>	<b>20/58</b>	<b>4.295.079,58</b>	<b>5.123.186,15</b>

# BILAN APRÈS RÉPARTITION 3/4

## PASSIF

		2018	2017
<b>FONDS SOCIAL</b>	<b>10/15</b>	<b>1.087.350,94</b>	<b>1.337.555,39</b>
<b>I. FONDS DE L'ASSOCIATION</b>	<b>10</b>	<b>308.268,29</b>	<b>308.268,29</b>
A. Patrimoine de départ	100	308.268,29	308.268,29
B. Moyens permanents	101		
<b>III. PLUS-VALUES DE RÉÉVALUATION</b>	<b>12</b>		
<b>IV. FONDS AFFECTÉS</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>85.675,77</b>
<b>V. RÉSULTAT POSITIF (NÉGATIF) REPORTÉ (+) / (-)</b>	<b>140</b>	<b>779.082,65</b>	<b>943.611,33</b>
<b>VI. SUBSIDES EN CAPITAL</b>	<b>15</b>		
<b>PROVISIONS</b>	<b>16</b>	<b>237.557,51</b>	<b>246.038,4</b>
<b>VII. A. PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES</b>	<b>160/5</b>	<b>237.557,51</b>	<b>246.038,4</b>
1. Pensions et obligations similaires	160	1.465,35	7.266,95
2. Charges fiscales	161		
3. Grosses réparations et gros entretien	162	161.755	171.905
4. Autres risques et charges (ann. IX)	163/5	74.337,16	66.866,45
5. Provisions pour subsides et legs à rembourser et pour dons avec droit de reprise	168		
<b>DETTES</b>	<b>17/49</b>	<b>2.970.171,13</b>	<b>3.539.592,36</b>
<b>VIII. DETTES À PLUS D'UN AN</b>	<b>17</b>	<b>317.037,87</b>	<b>391.894,57</b>
A. Dettes financières	170/4	38.554,53	213.411,23
Emprunts subordonnés	170		
Emprunts obligataires non subordonnés	171		
Dettes de location-financement et dettes assimilées	172		
Etablissements de crédit	173	38.554,53	213.411,23
Autres emprunts	174		
B. Dettes commerciales	175		
C. Acomptes reçus sur commandes	176		
D. Autres dettes	179	278.483,34	178.483,34
Productivité d'intérêts	1790		
Non productives ou assorties d'un intérêt anormalement faible	1791	278.483,34	178.483,34
Cautionnements reçus en numéraire	1792		

# BILAN APRÈS RÉPARTITION 4/4

## PASSIF

		2018	2017
<b>IX. DETTES À UN AN AU PLUS</b>	<b>42/48</b>	<b>2.640.193</b>	<b>3.110.100,88</b>
A. Dettes à plus d'un an échéant dans l'année	42	182.444,72	177.072,12
B. Dettes financières	43	1.232.322,93	1.141.742,88
1. Etablissements de crédit	430/8	825.000	725.000
2. Autres emprunts	439	407.322,93	416.742,88
C. Dettes commerciales	44	491.541,60	1.143.718,03
1. Fournisseurs	440/4	491.541,60	1.143.718,03
2. Effets à payer	441		
D. Acomptes reçus sur commandes	46	56.457,53	81.418,96
E. Dettes fiscales, salariales et sociales	45	650.305,23	563.977,29
1. Impôts	450/3	110.676,52	84.297,66
2. Rémunérations et charges sociales	454/9	539.628,71	479.679,63
F. Dettes diverses	48	27.121,41	2.171,60
Obligations et coupons échus, subsides à rembourser et cautionnement reçus en numéraire	480/8		
Autres dettes productives d'intérêts	4890	27.121,41	2.171,60
Autres dettes non productives d'intérêts ou assorties d'un intérêt anormalement faible	4891		
<b>X. COMPTES DE RÉGULARISATION</b>	<b>492/3</b>	<b>12.939,84</b>	<b>37.596,91</b>
<b>TOTAL DU PASSIF</b>	<b>10/49</b>	<b>4.295.079,58</b>	<b>5.123.186,15</b>

# COMPTE DE RÉSULTATS 1/2

		2018	2017
<b>VENTES ET PRESTATIONS</b>	<b>70/74</b>	<b>10.693.215,21</b>	<b>10.305.047,8</b>
Chiffres d'affaires	70	5.948.597,74	5.773.946,58
En-cours de fabrication, produits et commandes en cours d'exécution : augmentation (réduction) (+)/(-)	71		
Production immobilisée	72		
Cotisations, dons, legs et subsides	73	4.505.531,31	4.270.556,57
Autres produits d'exploitation	74	239.086,16	260.544,65
<b>COÛT DES VENTES ET DES PRESTATIONS</b>	<b>60/64</b>	<b>10.892.837,78</b>	<b>10.319.671,79</b>
Approvisionnements et marchandises	60	4.127.124,36	3.607.742,61
Achats	600/8	3.855.287,59	4.207.340,43
Stocks : réduction (augmentation) (+) / (-)	6009	271.836,77	- 599.597,82
Services et biens divers	61	2.520.575,55	2.487.613,61
Rémunérations, charges sociales et pensions (ann. VI,2)	62	3.828.712,88	3.697.472,72
Amortissements et réductions de valeur sur frais d'établissement, sur immobilisations incorporelles et corporelles	630	293.319,71	242.542,51
Réduction de valeur sur stocks, sur commandes en cours d'exécution et sur créances commerciales (dotations +, reprises -)	631/4	29.731,82	282.566,96
Provisions pour risques et charges (dotations -, utilisations et reprises +)	635/8	15.731,82	- 99.094,28
Autres charges d'exploitation	640/8	77.642,27	100.827,66
Charges d'exploitation portées à l'actif au titre de frais de restructuration	649		
<b>RÉSULTAT POSITIF (NÉGATIF) D'EXPLOITATION (+) / (-)</b>	<b>9901</b>	<b>-199.622,57</b>	<b>-14.623,99</b>
<b>PRODUITS FINANCIERS</b>	<b>75</b>	<b>22.173,82</b>	<b>18.195,52</b>
A. Produits des immobilisations financières	750	259,95	173,6
B. Produits des actifs circulants	751	0,15	18,33
C. Autres produits financiers (ann. XIII, A)	752/9	21.913,72	18.003,59

# COMPTE DE RÉSULTATS 2/2

		2018	2017
<b>CHARGES FINANCIÈRES</b>	<b>65</b>	<b>76.997,73</b>	<b>78.193,03</b>
A. Charges des dettes	650	28.180,74	33.822,71
B. Réductions de valeur sur actifs circulants autres que ceux visés sub. II.E. (dotations +, reprises -)	651		
C. Autres charges financières	652/9	48.816,99	44.370,32
<b>RÉSULTAT POSITIF (NÉGATIF) COURANT (+) / (-)</b>	<b>9902</b>	<b>-254.446,48</b>	<b>-74.621,5</b>
<b>PRODUITS EXCEPTIONNELS</b>	<b>76</b>		
A. Reprises d'amortissements et de réductions de valeur sur immobilisations incorporelles et corporelles	760		
B. Reprises de réductions de valeur sur immobilisations financières	761		
C. Reprises de provisions pour risques et charges exceptionnels	762		
D. Plus-values sur réalisation d'actifs immobilisés	763		
E. Autres produits exceptionnels (ann. XIV, A)	764/9		
<b>CHARGES EXCEPTIONNELLES</b>	<b>66</b>	<b>-24.147,34</b>	<b>3.333,42</b>
A. Amortissements et réductions de valeur exceptionnels sur frais d'établissement, sur immobilisations incorporelles et corporelles	660	64,74	
B. Réductions de valeur sur immobilisations financières	661		
C. Provisions pour risques et charges exceptionnels (dotations +, reprises -)	662	-24.212,08	3.333,42
D. Moins-values sur réalisation d'actifs immobilisés	663		
E. Autres charges exceptionnelles (ann. XIV, B)	664/8		
F. Charges exceptionnelles portées à l'actif au titre de frais de restructuration	669		
<b>RÉSULTAT POSITIF (NÉGATIF) DE L'EXERCICE (+) / (-)</b>		<b>-250.204,45</b>	<b>- 97.738,21</b>

PARTIE 7



**ANNEXES**

## LES PARTENAIRES DIRECTS - ARTISANAT

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES
<b>AFRIQUE</b>	
Burkina Faso	SAVONNERIE YAM LEENDE
Kenya	BOMBOLULU
Kenya	UNDUGU
Tunisie	LE SOUK CERAMIQUE
<b>AMÉRIQUE LATINE</b>	
Bolivie	QIPANA
Chili	PUEBLOS DEL SUR
Equateur	MAQUITA - MCCH
Guatemala	AJ QUEN
Pérou	ALLPA
Pérou	CIAP - INTERCRAFTS PERU
Pérou	PURIY
<b>ASIE</b>	
Bangladesh	DHAKA HANDICRAFTS
Bangladesh	CORR - THE JUTE WORKS
Cambodge	VILLAGWORKS
Inde	CO-OPTEX
Inde	CRC
Inde	EMA
Inde	MILA FAIR CLOTHING INDIA
Inde	MKS
Inde	NOAH'S ARK
Inde	PUSHPANJALI
Inde	RAJLAKSHMI
Inde	SASHA
Inde	TARA
Indonésie	ALURA AMARA
Indonésie	PEKERTI
Népal	ACP
Philippines	SAFFY
Sri Lanka	SELYN
Thaïlande	Y DEVELOPMENT
Vietnam	CRAFT LINK
Vietnam	MAI VIETNAMESE HANDICRAFTS

## LES PARTENAIRES FOURNISSEURS INDIRECTS/INTERMÉDIAIRES NORD- ARTISANAT

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES
La Pachamama (Belgique) Sri Lanka	LANKA KADE
EZA (Autriche) Bangladesh	USHA
Solidar'Monde (France) Cameroun Indonésie Thaïlande	PRESCRAFT APIKRI THAI TRIBAL CRAFTS
Esperanza (Pays-Bas) Mexique	ATELIERS FAMILIAUX
Kinta (Pays-Bas) Philippines Philippines Vietnam	JLY SHELL ARTS and CRAFTS VICTORI ARTS and CRAFTS LC HOME CO.
Gone Arty (Pays-Bas) Zimbabwe Madagascar	ATELIERS FAMILIAUX RAVINALA SARL

## LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES VIA L'ORGANISATION OFT/OXFAM-WERELDWINKELS (BELGIQUE) 1/3

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
<b>Afrique</b>		
Afrique du sud	Wupperthal	Rooibos bio
Afrique du Sud	Eksteenkuil	Raisins, aussi dans le muesli
Afrique du Sud	Koopmanskloof	Vin rosé
Afrique du Sud	Groot Eiland	Vin (par ex. Chenin blanc)
Burkina Faso	Gebana Afrique	Barres bio mango-coco, muesli
Burundi	Cococa	Café African blend
Congo	Agricole Muungano	Café African blend
Congo	Sopacdi	Café Lake Kivu
Congo	RAEK	Café African blend
Côte d'Ivoire	Ecookim	Chocolat non bio, Cacao pour pâtes à tartiner
Ethiopie	Oromia Coffee Farmers Cooperative Union (OCFCU)	Café (par ex. Bio Gold)
Ghana	Pinora	Jus concentré orange
Ghana	Serendipalm	Huile de palme dans chocolat praliné, pâtes à tartiner, biscuits citron
Madagascar	Association des Planteurs de Mananara	Vanille dans par ex. barre bio mangue-coco et choco-crispi
Mauritius	Mauritius Sugar Syndicate	Sucre dans notre chocolat (sauf chocolat bio)
Ouganda	Gumutindo	Café African blend
Ouganda	Ankole (ACPU)	Café
Sao Tomé en Principe	Cecaq-11	Cacao pour les fèves de café et noix couverts de chocolat BIO
Tanzanie	Kagera Co-operative Union (KCU)	Café (pads, bonbons, café soluble)
<b>Amérique latine</b>		
Argentine	Coopsol	BIO biscuits quinoa
Argentine	La Riojana	Vin (Torrantes bio, Malbec bio, mousseux Raza,...)
Bolivie	Alto Sajama	Café Aymara bio
Bolivie	Anapqui	Quinoa bio
Bolivie	El Ceibo	Cacao bio dans barres chocolat bio
Bolivie	Aipac	Café
Bolivie	Hylea 1884	Noix d'Amazonie (nougat, chocolat 50g)
Bolivie	Fecafeb	Café bio
Brésil	Casa Apis	Miel
Brésil	Cealnor - Coopealnor	Concentré jus d'orange bio & fruits de la passion
Brésil	Coagrosol	Concentré jus d'orange
Chili	Sociedad Vitivinicola Sagrada Familia	Vin (Fuego Sagrado, vins Lautaro,...)

## LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES VIA L'ORGANISATION OFT/OXFAM-WERELDWINKELS (BELGIQUE) 2/3

Chili	Cooperativa Agricola Vitivinicola de Cauquenes Ltda (COVICA)	Vin ( vins Equality,...)
Chili	Consorcio Vinicola de Chile (CVC)	Vin (Gran Descabezado,...)
Chili	Agrocomercial Frutos de Lipimavida S.A.	Mini-papayes
Chili	Capel	Pisco, vin mousseux rosé
Chili	Chilencoop	Pâte d'ail
Chili	Lomas de Cauquenes	Chardonnay
Colombie	Fruandes	Ananas séchés
Colombie	Fundamarca	Tapioca dans les crackers
Costa Rica	Coopeagri	Café moka, café espresso non moulu
Costa Rica	Coopecanera	Sucre de canne dans pâte à tartiner
Costa Rica	Coocafé	Café dessert 250g
Costa Rica	Coope Sarapiqui	Chips de manioc
Cuba	ATAC	Rhum Varadero
Equateur	El Guabo	Purée de banane dans par ex. Worldshake
Guatemala	Guaya'b	Miel toutes fleurs conventionnel, pain d'épices, spéculoos
Honduras	Coarene	Café
Honduras	COMSA	Café
Mexique	Maya Vinic sc	Miel Toutes Fleurs Bio
Mexique	Productos Selectos de Agave (PSA)	Sirop d'Agave
Nicaragua	Cosatin	Miel, dans barres bio mangue - noix Amazonie
Nicaragua	Prodecoop	Café
Nicaragua	Ucasa	Miel toutes fleurs conventionnel, Toutes Fleurs Bio, Spéculoos, Nougat Bio Sachet 120gr
Paraguay	Manduvira	Sucre de canne bio dans les produits bio, sésame
Paraguay	Montillo	Rhum bio
Pérou	Acopagro	Cacao bio
Pérou	Cecovasa	Café bio
Pérou	Norandino	Café et cacao bio
Pérou	Apropal	Cœurs de palmier
Pérou	Naranjillo	Cacao bio
Pérou	CAC Oro Verde	Cacao bio
Pérou	CAC Divisoria Ltda	Cacao bio
Pérou	Coopain	Cacao bio
Pérou	Sol y Café	Café Pérou, highlands, ...

## LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES VIA L'ORGANISATION OFT/OXFAM-WERELDWINKELS (BELGIQUE) 3/3

République dominicaine	Conacado	Cacao bio
République dominicaine	Cooproagro	Cacao bio
<b>Asie</b>		
Chine	Ningxia	Concentré de jus pommes (apple-ginger, worldshake)
Inde	Nature Biofoods	riz basmati-jasmin, galettes de riz
Laos	Lao Farmers' Products (LFP)	riz violet
Palestine	PARC	Couscous, huile d'olive bio, dattes
Pakistan	Moutains Fruit Company	Amandes dans les amandes chocolat
Philippines	Alter Trade	Sucre de canne Mascobado bio
Sri Lanka	Biofoods	Thé noir bio, thé vert bio, poivre bio, ice tea bio
Thaïlande	Green Net	Riz bio, lait de coco bio
Thaïlande	Poo Pluk Sapatot	Jus worldshake Tetra et tropical (bouteilles); jus de mangue
Thaïlande	Samroiiod	Jus tropical, guava shake

## LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES VIA L'ORGANISATION ETHIQUABLE (FRANCE ET BELGIQUE) 1/2

PAYS D'ORIGINE	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
<b>Amérique latine</b>		
Bolivie	CECAOT	Quinoa (Muesli)
Colombie	FONDO PAEZ	Café moulu Colombie
Equateur	Asoprocam	Fruits secs Ethiquable
Equateur	FAPECAFES	Confiture Orange Citron Vert Pérou BIO, Chips de banane Plantain d'Equateur Salées, Epicées, fruits secs Ethiquable
Equateur	FONMSOEM	Nectar de citron vert, Chocolat Noir Eclats de cacao, Chocolat 98%
Equateur	JAMBI KIWA	Superfruits vitaminés
Equateur	UROCAL	Pur cacao non sucré, Dessert Banane Mangue Passion BIO
Haiti	FECCANO	Chocolat Noir 72% Haïti, Chocolat Noir orange et Chocolat Noir café et amandes, Chocolat Noir caramel pointe de sel, chocolat pour Muesli et cookies
PARAGUAY	MANDUVIRA	Sucre (cookies et muesli)
Pérou	AGROPIA	Chips de pomme de terre bleues et et rouges Pérou
Pérou	APROMALPI (Mangue)	Pur Jus Mangue-Passion 1l Tetrabrik, Dessert Banane Mangue Passion BIO
Pérou	ARPAC	Maïs géant de Cuzco
Pérou	Norandino	Chocolat Lait Noix de Coco, Chocolat Lait Nougatine Noisette, Chocolat Noir Quinoa, Chocolat Lait riz souffé, Chocolat Noir orange, Chocolat Noir café et amandes, Chocolat Noir caramel pointe de sel, Dessert Banane Mangue Passion BIO (fruits)
Salvador	APRAINORES	Noix de cajou grillées salées, Noix de cajou sans sel, fruits secs Ethiquable, noix de cajou (cookies)
<b>Afrique</b>		
Congo	SOPACDI	café moulu Congo, café Kivu en grains
Côte d'Ivoire	COPABO	Noix de cajou grillées salées, noix de cajou (cookies)
Côte d'Ivoire	CEB	Chocolat Noir Eclats de cacao
Madagascar	FANOHANA	Litchis en conserve
Madagascar	Association des Planteurs de Mananara	Gousses de vanille Bourbon de Madagascar 6g
Tunisie	SMSA	Huile d'olive, Mélange énergie
<b>Asie</b>		
Chine	Association Dazhangshan Organic Farmers	Thé vert au jasmin
Inde	FTAK	Noix de cajou grillées salées et sans sel, 3 baies du Kerala, curcuma
Inde	Organisation Pashok Organic Small Tea Farmers	Thé noir Darjeeling
Sri Lanka	BIOFOODS/SOFA (Small Organic Farmers Association)	Thé Vert Gingembre Citron Vert, thé vert ceylan, Cannelle en poudre, curry
Vietnam	BAN LIEN	Thé vert shan du Vietnam

## LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES VIA L'ORGANISATION ETHIQUABLE (FRANCE ET BELGIQUE) 2/2

## Produits Nord

Belgique	Bio van bij ons	Confiture groseilles à maquereau, rhubarbe-fraise, sirop pommes-poires
Belgique	Les vergers du Val Mosan	Jus de pomme
France	SIBIO	confiture d'abricot
France	GIE Ferme de Chassagne	lentilles de Charente
France	QUALISOL	lentilles de Gascogne
France	Paysans du Rance	Crème de châtaigne de l'Aveyron BIO 320g
France	UPF-COUFIDOU	Pruneaux d'Agen
Grèce	Mistros	Tapenades d'olives noires, vertes, huile d'olive 3L
Italie	Valdibella	Spaghetti TIMILIA- Ancienne variété 500g, Grissinis
Portugal	Terras de Sal	Sels d'Algarve

**LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES VIA BELVAS (BELGIQUE)**

PAYS D'ORIGINE	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
République Dominicaine	Conacado	Cacao bio
Pérou	Naranjillo	Cacao bio
Pérou	Acopagro	Cacao bio
Pérou	Divisoria	Cacao bio

**LES PARTENAIRES ALIMENTAIRES VIA L'ORGANISATION CAFÉ CHORTI (BELGIQUE)**

PAYS D'ORIGINE	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
Guatemala	La Cuna Chorti	Café Chorti moulu 250 gr, Pads Café Chorti 125 gr, Café Chorti en grains 250 gr, Capsules Café Chorti 50 gr

**LES PARTENAIRES « PRODUITS NORD »**

PAYS D'ORIGINE	ORGANISATIONS PARTENAIRES	PRODUITS
Belgique	Brasserie de la Lesse	Bière blonde Chinette, Bière ambrée Cambrée, Bière brune Rouge-Croix, Bière brune Rouge-Croix, Bière brune Hiveresse
Belgique	3 Wilgen	Jus de pommes (20cl, 1L)
Belgique	La Ferme Nos Pilifs	Biscuits (cookies, langues de chat, galettes etc)

**LES ORGANISATIONS DE PRODUCTION FOURNISSANT LES INGRÉDIENTS DE LA GAMME DE COSMÉTIQUES SENZIA (VIA OXFAM-INTERMÓN, ESPAGNE)**

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES
<b>Afrique</b>	
Burkina Faso	Olvea Burkina Faso
Lesotho	Mafeteng Community Group (via Earthoil)
Maroc	GIE Targanine
Tanzanie	Africrops!
<b>Amérique latine</b>	
Mexique	AMB Wellness

## LES PARTENAIRES DE LA GAMME NATYR (COSMÉTIQUES) VIA L'ORGANISATION CTM ALTROMERCATO (ITALIE)

PAYS	ORGANISATIONS PARTENAIRES
<b>Afrique</b>	
Bénin	Karethic
Kenya	Meru Herbs
Madagascar	Ravinala
Maroc	GIE Targanine
Sénégal	BFCS (Baobab Fruit Company Senegal)
<b>Amérique latine</b>	
Argentine	Coopsol
Bolivie	Naturaleza
Brésil	CGTSM
République Dominicaine	Conacado
Equateur	Chankuap
Guatemala	Fedecovera
Nicaragua	Del Campo
Paraguay	Manduvirà
Pérou	Candela
<b>Asie</b>	
Philippines	SPFTC
Thaïlande	Green Net
Sri Lanka	Biofoods/Sofa
Népal	Himalayan Bio Trade
Inde	Ambootia
Inde	Ansa/Asha
Palestine	AOWA
Thaïlande	Rice Fund Surine

## LISTE DES ÉQUIPES LOCALES EN 2018

Andenne	Jodoigne	Waterloo
Anderlecht	La Louvière	Wavre CE
Ans	Louvain-la-Neuve	Wavre VSM
Arlon	Liège Centre	
Ath	Liège Féronstrée	
Athus	Malmédy	
Aywaille	Malonne	
Bastogne	Marche-en-Famenne	
Beauraing	Mons	
Berchem	Mouscron	
Bertrix	Namur CE	
Boitsfort	Namur VSM	
Boondaël	Neufchâteau	
Braine-l'Alleud	Nivelles	
Braine-le-Château	Ottignies	
Braine-le-Comte	Rixensart	
Bruxelles/La Bourse	Rochefort	
Charleroi	Saint-Gilles	
Ciney	Saint-Hubert	
Couvin	Schaerbeek	
Enghien	Soignies	
Etterbeek	Stockel	
Gembloux	Thuin	
Gilly	Tournai	
Hannut	ULB	
Herve	Verviers	
Huy	Vielsalm	
Ixelles	Virton	
Jemappes	Visé	
Jette	Waremmé	

## ACTIVITÉS DES ÉQUIPES LOCALES 2018

	BRUXELLES	BRABANT WALLON	HAINAUT	NAMUR	LUXEMBOURG	LIEGE	RESEAU TOTAL
<b>GROUPES</b>							
Nombre de bénévoles actifs dans les équipes locales (hors JM)	394	352	374	232	353	469	<b>2174</b>
Nombre de JM du monde	28	18	26	27	17	14	<b>130</b>
Nombre de groupes locaux	12	11	12	8	10	11	<b>64</b>
<b>HEURES</b>							
Total des heures de préparation et d'évaluation en équipe	87,75	95,00	293,50	211,15	213,50	165,50	<b>1066,40</b>
Total des heures de concrétisation des activités	256,00	231,50	447,75	337,25	459,50	400,00	<b>2132,00</b>
Total des heures de sensibilisation en magasin	1078,85	991,90	1162,70	696,80	835,70	1141,40	<b>5907,35</b>
<b>TOTAL</b>							
Total des heures d'ouverture des magasins	21577	19838	23254	13936	16714	22828	<b>118147</b>
Nombre moyen d'heures de préparation et d'évaluation par groupe	7,31	8,64	24,46	26,39	21,35	15,05	<b>16,66</b>
Nombre moyen d'heures de concrétisation par groupe	21,33	21,05	37,31	42,16	45,95	36,36	<b>33,31</b>
Nombre moyen d'heures d'ouverture par groupe par semaine (52)	34,58	34,68	37,27	33,50	32,14	39,91	<b>35,50</b>
Nombre moyen de bénévoles par groupes	32,83	32,00	31,17	29,00	35,30	42,64	<b>33,97</b>

## ÉDUCATION PERMANENTE : LES ANIMATIONS ET LES STANDS RÉALISÉS PAR LES ÉQUIPES LOCALES

ANIMATIONS	BRUXELLES	BRABANT WALLON	HAINAUT	NAMUR	LUXEMBOURG	LIEGE	TOTAL GÉNÉRAL
<b>Primaire</b>							
Nombre d'animations	5	3	18		10	23	59
Nombre de participants	70	77	621		695	699	2162
Nombre d'heures	6	5	35,5		24	37	107,5
<b>Secondaire</b>							
Nombre d'animations	24	1	16	2	4	8	55
Nombre de participants	334	11	379	32	88	141	985
Nombre d'heures	36,8	1,5	29,75	2	9	10	89,5
<b>Adulte</b>							
Nombre d'animations	5	2	1	2	6	3	19
Nombre de participants	68	40	30	90	218	150	596
Nombre d'heures	6,5	5	2	10	10,5	7,5	41,5
<b>Total Nombre d'animations</b>	<b>34</b>	<b>6</b>	<b>35</b>	<b>4</b>	<b>20</b>	<b>34</b>	<b>133</b>
<b>Total Nombre de participants</b>	<b>472</b>	<b>128</b>	<b>1030</b>	<b>122</b>	<b>1001</b>	<b>990</b>	<b>3743</b>
<b>Total Nombre d'heures</b>	<b>49,3</b>	<b>11,5</b>	<b>67,25</b>	<b>12</b>	<b>43,5</b>	<b>54,5</b>	<b>238,05</b>
STANDS	BRUXELLES	BRABANT WALLON	HAINAUT	NAMUR	LUXEMBOURG	LIEGE	TOTAL GÉNÉRAL
<b>Nombre de stands</b>	<b>7</b>	<b>24</b>	<b>43</b>	<b>28</b>	<b>65</b>	<b>28</b>	<b>195</b>
Nombre de participants	570	1410	5262	2455	3825	2500	16022
Nombre d'heures	42	52	188	92,5	255	114	743,5

**PARTICIPANTS AU PDJ OXFAM 2018**

Lieu	2014	2015	2016	2017	2018	Différence	%
Bruxelles	4856	5167	4554	4968	4839	-129	-2,60%
Brabant wallon	6072	5309	5469	5065	4652	-413	-8,15%
Hainaut	7219	7096	7195	7153	6886	-267	-3,73%
Liège	7651	7301	7135	6751	6567	-184	-2,73%
Namur	4322	4626	4626	4277	5094	817	19,10%
Luxembourg	4289	5159	4789	4529	5313	784	17,31%
PDJ presse	365	255	300	250	300	50	20,00%
<b>Total comptabilisé</b>	<b>34774</b>	<b>34913</b>	<b>34068</b>	<b>32993</b>	<b>33651</b>	<b>658</b>	<b>1,99%</b>
<b>Taux de croissance</b>	<b>3,17%</b>	<b>0,40%</b>	<b>-2,42%</b>	<b>-3,16%</b>	<b>1,99%</b>		

## LES FORMATIONS DES BÉNÉVOLES EN 2018

- Parler d'Oxfam
- Comprendre les enjeux d'Oxfam
- Présenter et vendre les produits
- Accueillir les clients en magasin
- Dynamiser communes de commerce équitable
- Dynamiser les ventes extérieures
- Agencer les produits en magasin
- Gérer l'immobilier
- Utiliser la caisse enregistreuse informatisée
- Gérer la comptabilité
- Communiquer sur les réseaux sociaux
- Pratiques en magasin de vêtements de seconde main
- Vivre en équipe
- Échanger sur le suivi du plan Dynamique des bénévoles
- Recruter des bénévoles
- Gérer les relations dans l'équipe
- Accompagner les cellules Dynamique des bénévoles
- Animer en éducation au développement
- Sensibiliser lors des petits déjeuners et en magasin
- Construire une activité de sensibilisation
- Agir pour l'égalité des genres
- Agir pour la souveraineté alimentaire
- Agir pour le travail décent

À côté de ce programme de formations, plusieurs activités externes sont proposées : découverte de l'économie sociale et solidaire chez Terre, Carrefours du monde (ateliers d'immersion chez Oxfam-Solidarité), rencontre-débat avec un expert (sur différents sujets : Palestine, TTIP, transition, climat, etc.).

**52 sessions de formations été organisées à la Centrale, en région et localement.  
Au total, près de 2200 bénévoles ont participé à 253,5 heures de formation.**

## LISTE DES JM-OXFAM 1/2

Collège Cardinal Mercier	Braine-l'Alleud	Institut Saint-Louis	Bruxelles
Institut de la Providence	Wavre	Athénée Royal de Koekelberg	Koekelberg
Collège Saint-Etienne	Court-Saint-Etienne	Institut des Sœurs de Notre-Dame	Anderlecht
Institut de l'Enfant-Jésus	Nivelles	Collège Jean XXIII	Woluwé-Saint-Pierre
Lycée Martin V (implantation Biéreau)	Louvain-la-Neuve	Collège Saint-Pierre	Uccle
Collège Notre-Dame de Basse-Wavre	Wavre	Centre Scolaire Saint-Adrien de Val Duchesse	Auderghem
Lycée Martin V (implantation Bruyères)	Louvain-la-Neuve	Athénée Royal Gatti de Gamond	Bruxelles
Lycée Berlaymont	Waterloo	Athénée Royal Rive Gauche	Laeken
Athénée Royal de Nivelles	Nivelles	Centre Scolaire Notre Dame de la Sagesse	Ganshoren
Collège Sainte-Gertrude	Nivelles	De l'autre côté de l'école	Auderghem
Athénée Royal de Waterloo	Waterloo	Lycée intégral Roger Lallemand	Saint-Gilles
Collège Saint Etienne (Les Hayeffes)	Mont-saint-Guibert	Ecole secondaire plurielle maritime	Molenbeek
ESES ESCALPADE	Limal	Athénée Royal Leonardo Da Vinci	Anderlecht
Institut Provincial d'Enseignement Technique	Nivelles	Athénée Jules Bara	Tournai
Athénée Royal Paul Delvaux Ottignies	Ottignies	Institut Saint-André	Ramegnies-Chin
Institut Saint-Albert	Jodoigne	Collège et Institut Tech. Saint-Vincent	Soignies
IPES	Wavre	Collège Saint Stanislas	Mons
Collège du Christ-Roi	Ottignies	Institut Notre-Dame	Charleroi
Collège Saint-Michel	Etterbeek	Centre éducatif St Pierre	Leuze-en-Hainaut
Institut Saint-Dominique	Schaerbeek	Institut Ste Marie	La Louvière
Collège Saint-François	Ixelles	Collège Notre Dame de Tournai	Tournai
Institut de l'Assomption	Watermael-Boitsfort	Institut des Ursulines de Mons	Mons
Athénée Royal Jean Absil	Etterbeek	Collège St Augustin	Enghien
Centre scolaire Ma Campagne	Ixelles	IET Notre Dame	Charleroi
Collège Saint-Hubert	Watermael-Boitsfort	Collège Saint Julien	Ath
Institut St Vincent de Paul	Forest	Lycée Jeanne DufRASne	Quaregnon
Institut St Boniface	Ixelles	Institut des Ursulines	Tournai
Institut St Jean Baptiste de la Salle	Saint Gilles	Institut Saint François	Ath
Lycée Mater Dei	Woluwe-Saint-Pierre	Athénée Royal de Beaumont	Beaumont
Lycée Maria Assumpta	Laeken	Institut Sainte Thérèse	Manage
Institut Saint Julien Parnasse	Auderghem	Athénée de Saint-Ghislain	Saint Ghislain
Athénée Royal d'Auderghem	Auderghem	Athénée Provincial La Louvière	La Louvière
Sacré-Cœur de Lindthout	Woluwé-Saint-Lambert	AID-Hainaut Centre	Haine Saint Paul

## LISTE DES JM-OXFAM 2/2

Collège du Sacré-Cœur de Charleroi	Charleroi	Institut Notre-Dame - Séminaire (INDSé) 2-3ème degré	Bastogne
Ecole des Frères	Tournai	Collège Notre-Dame du Bonlieu	Virton
Collège Sainte-Marie	Mouscron	Institut Cardijn-Lorraine	Athus
Sainte-Union	Kain	Collège d'Alzon	Bure
Athénée Royal Robert Campin	Tournai	Athénée Royal de Bastogne	Bastogne
Centre scolaire St-Benoît / St-Servais	Liège	Athénée Royal d'Arlon	Arlon
Collège Saint-Joseph	Chénée	Athénée Royal Athus	Athus
Collège Saint-Louis	Bressoux	Institut Cardijn-Lorraine Differt	Messancy
Institut St Roch	Theux	Institut Centre Ardenne (ICA)	Libramont
St Lambert - St Laurent	Herstal	Institut Cardijn-Lorraine	Arlon
Institut Notre-Dame de Jupille	Jupille-sur-Meuse	Institut Jean XXIII	Jemelle
Collège Sainte-Véronique	Liège	Institut Sainte-Begge	Andenne
Collège Saint-Barthélémy	Liège	Séminaire de Floreffe	Floreffe
Collège Saint-Quirin	Huy	Collège Notre-Dame de la Paix	Erpent
Institut de l'Instruction chrétienne - Flône	Amay	Institut de la Providence	Champion
DIC Collège	Liège	Institut Ste Marie de Jambes	Jambes
Athénée Léonie de Waha	Liège	Etablissement des Soeurs de Notre-Dame	Namur
Athénée Royal de Huy	Huy	Institut St Louis Namur	Namur
Collège Saint Hadelin	Visé	Institut Notre Dame du Sacré Cœur	Beauraing
Institut Saint Michel	Neufchâteau	Collège St Guibert	Gembloux
Lycée Ste Croix et Notre-Dame	Hannut	Institut St Joseph	Ciney
Collège Notre-Dame	Gemmenich	Collège St Benoît Maredsous	Denée
Athénée Royal Charles Rogier	Liège	Institut Jean XXIII implantation de Rochefort	Rochefort
Athénée Royal de Visé	Visé	Collège St Servais	St-Servais
Ecole Professionnelle d'Ans (EPA)	Ans	Ecole provinciale d'Andenne ESPA	Andenne
ECCSA Athénée Maurice Destenay	Liège		
Institut secondaire Saint-Luc	Liège		
Lycée St Jacques	Liège		
Institut du Sacré Cœur de Vielsalm	Vielsalm		
Institut St Laurent	Marche-en-Famenne		
Collège Saint François Xavier	Verviers		
Institut Saint-Joseph - Sacré-Coeur	La Roche		
Institut Notre-Dame (INDA)	Arlon		

## LISTE DES MAGASINS DU MONDE-OXFAM 1/2

Magasin	Epicerie	Artisanat	VSM	c. p.	Adresse	tél
Andenne	Epicerie	Artisanat	VSM	5300	Rue du Commerce, 8	085/84 68 63
Anderlecht	Epicerie	Artisanat		1070	Rue Saint-Guidon, 13	02/522 17 63
Ans	Epicerie	Fin de série	VSM	4430	Rue de l'Yser, 185 A	04/371 20 44
Arlon CE	Epicerie	Artisanat		6700	Rue du Marché au Beurre 10	063/22 61 18
Arlon VSM			VSM	6700	Rue du Marché au beurre, 3	063/23 35 06
Ath	Epicerie	Artisanat		7800	Rue de Pintamont, 5	068/28 49 10
Athus	Epicerie		VSM	6791	Grand-Rue, 81	063/38 34 67
Aywaille	Epicerie	Artisanat		4920	Rue J. Wilmotte, 1	04/361 38 63
Bastogne	Epicerie	Artisanat	VSM	6600	Rue de la Roche, 5	061/50 14 46
Beauraing	Epicerie	Artisanat		5570	Rue de Dinant, 2	082/66 51 61
Berchem	Epicerie	Artisanat		1082	Rue de l'Eglise, 48	02/466 58 43
Bertrix	Epicerie	Artisanat	VSM	6880	Rue de la Gare 18	061/53 46 97
Boitsfort	Epicerie	Artisanat		1170	Rue du Ministre, 18	02/660 40 93
Braine l'alleud	Epicerie	Artisanat		1420	Rue des Trois Apôtres, 7	02/387 43 74
Braine le Château	Epicerie			1140	Vieux Chemin de Nivelles, 21	02/366 92 41
Braine-le-Comte	Epicerie	Artisanat		7090	Rue de la Station, 4	067/56 07 74
Charleroi	Epicerie	Artisanat		6000	Rue de Montigny, 68	071/31 80 62
Ciney	Epicerie	Artisanat		5590	Rue Edouard Dinot 10	083/68 92 63
Embourg	Epicerie	Artisanat		4053	Rue Pierre Henvard, 2	04/247 25 90
Enghien	Epicerie	Artisanat		7850	Rue d'Herinnes, 4	02/395 35 62
Etterbeek	Epicerie	Artisanat		1040	rue de Pervyse 68	02/649 01 57
Gembloux	Epicerie	Artisanat	VSM	5030	Rue Léopold, 17-19	081/60 15 54
Gilly	Epicerie		VSM	6060	Chaussée de Lodelinsart 198	071/48 84 18
Hannut	Epicerie	Fin de série	VSM	4280	Rue Albert 1er, 50	019/51 38 17
Herve	Epicerie	Artisanat		4650	Rue Gustave Taillard, 31	087 66 14 71
Huy	Epicerie	Artisanat		4500	Rue des Fouarges, 14	085/21 40 40
Ixelles	Epicerie	Artisanat		1050	Rue du Bailli 96	02/502 02 07
Ixelles Boondael	Epicerie	Fin de série	VSM	1050	Avenue Brillat Savarin 18	02/672 32 94
Jemappes	Epicerie	Fin de série	VSM	7012	Place de Jemappes, 10	065/31 59 97
Jette	Epicerie	Artisanat		1090	Rue Léopold 1er, 527	02/420 74 71
Jodoigne CE	Epicerie	Artisanat		1370	Grand Place, 34	010/81 53 21
Jodoigne VSM			VSM	1370	Grand-Place, 33	010/81 39 10
La Louvière	Epicerie	Fin de série	VSM	7100	Rue de la Loi, 54	064/22 54 04

## LISTE DES MAGASINS DU MONDE-OXFAM 2/2

Liège Centre	Epicerie	Artisanat		4000	Rue de la Cathédrale, 114	04/232 13 58
Liège Fer	Epicerie	Fin de série	VSM	4000	Rue Féronstrée, 106	04/221 01 60
Louvain-la-Neuve	Epicerie	Artisanat		1348	Grand Place, 5	010/84 35 96
Malmédy	Epicerie	Artisanat		4960	Chemin Rue, 36	080/64 33 64
Malonne	Epicerie			5020	Cour d'Honneur de Saint-Berthuin	081/44 58 59
Marche	Epicerie	Artisanat		6900	Place Roi Albert 1er, 16	084/45 79 66
Martelange	Epicerie	Artisanat	VSM	6630	Grand-Rue, 2	063/60 11 88
Mons CE	Epicerie	Artisanat		7000	Rue d'Havre 15	065/34 75 45
Mouscron	Epicerie	Artisanat	VSM	7700	Rue de Courtrai 32	056/33 19 24
Namur CE	Epicerie	Artisanat		5000	Rue Haute Marcelle, 11	081/22 33 40
Namur VSM	Epicerie		VSM	5000	Rue Bas de la Place, 13	081/22 95 45
Neufchateau	Epicerie	Artisanat		6840	Place Charles Bergh, 10	/
Nivelles	Epicerie	Artisanat		1400	Rue de Namur 17	067/21 12 24
Ottignies VSM			VSM	1340	Chaussée Provinciale, 65	010/61 82 31
Rixensart	Epicerie	Artisanat		1330	Rue A.Collin, 1	02/633 58 66
Rochefort CE	Epicerie	Artisanat	VSM	5580	avenue de Forest, 5	084/37 79 71
Saint-Gilles	Epicerie	Artisanat		1060	Chaussée de Waterloo, 137	02/537 09 04
Saint-Hubert	Epicerie	Artisanat	VSM	6870	Rue du Mont, 18	061/61 45 71
Schaerbeek	Epicerie	Artisanat	VSM	1030	Place d'Helmet, 2	02/245 78 81
Soignies	Epicerie	Artisanat	VSM	7060	Place Van Zeeland	067/33 08 44
Stockel	Epicerie	Artisanat		1150	Rue de l'Eglise, 91 (WSP)	02/772 21 40
Thuin	Epicerie	Artisanat	VSM	6530	Rue t'Serstevens, 50	071/55 38 47
Tournai	Epicerie	Artisanat		7500	Rue du Curé Notre Dame, 9	069/23 56 84
ULB	Epicerie	Artisanat		1000	F1 Avenue Paul Héger, 22	02/650 44 87
Verviers CE	Epicerie	Artisanat		4800	Rue de l'Harmonie, 6	087/31 20 36
Verviers Ensisal	Epicerie	Fin de série	VSM	4800	En Mi-Ville, 3-5	087/68 15 24
Vielsalm	Epicerie	Artisanat		6690	Place Paulin Moxhet, 11	080/39 80 79
Virton	Epicerie	Artisanat	VSM	6760	Rue de la Roche, 3	063/42 46 60
Visé CE	Epicerie	Artisanat		4600	Rue Haute, 45	04/379 18 14
Visé VSM	Epicerie		VSM	4600	Rue des Ecoles, 6	04/374 04 49
Waremmé	Epicerie	Artisanat	VSM	4300	Rue Joseph Wouters, 6	019/32 79 30
Waterloo	Epicerie	Artisanat		1410	Chaussée de Bruxelles, 139/B	02/351 37 44
Wavre CE	Epicerie	Artisanat		1300	Place Cardinal Mercier, 9	010/22 95 13
Wavre VSM			VSM	1300	Chaussée de Bruxelles, 40-42	010/81 64 78

## LISTE DES ACHATS ARTISANAT

PARTENAIRE DIRECT SUD	PAYS	ACHATS 2018	FOURNISSEUR NORD	PAYS	ACHATS 2018
ACP	NEPAL	€ 9 388	CARRYON	BELGIQUE	€ 8 331
AJ QUEN	GUATEMALA	€ 2 886	CONTIGO	ALLEMAGNE	€ 6 048
ALLPA	PEROU	€ 25 221	ELECOSY	BELGIQUE	€ 850
ALURA AMARA	INDONESIE	€ 2 935	ESPERANZA	PAYS-BAS	€ 123 373
COOPTEX	INDE	€ 26 017	EZA	AUTRICHE	€ 15 949
CORR-THE JUTE WORKS	BANGLADESH	€ 28 085	GONE ARTY	PAYS-BAS	€ 22 482
CRAFT LINK	VIETNAM	€ 71 311	KANIKA	PAYS-BAS	€ 5 503
CRC	INDE	€ 106 599	KINTA	PAYS-BAS	€ 15 350
DHAKA HANDICRAFTS	BANGLADESH	€ 30 413	LA PACHAMAMA	BELGIQUE	€ 40 832
EMA	INDE	€ 63 513	SARANA	PAYS-BAS	€ 7 447
INTERCRAFT PERU- CIAP	PEROU	€ 7 104	SEEPJE	PAYS-BAS	€ 14 774
MAI VIETNAMESE HANDICRAFTS	VIETNAM	€ 34 830	SENSE ORGANICS (Armstrong)	ALLEMAGNE	€ 25 926
MILA	INDE	€ 9 681	SOLIDAR'MONDE	FRANCE	€ 6 179
MKS	INDE	€ 72 760	SUYANA	BELGIQUE	€ 3 510
NOAH'S ARK	INDE	€ 49 508	THE TWINNING COMPANY	PAYS-BAS	€ 8 016
PEKERTI	INDONESIE	€ 3 485			
PUEBLOS DEL SUR	CHILI	€ 43 191			
PUSHPANJALI	INDE	€ 25 260			
QIPANA	BOLIVIE	€ 10 813			
RAJLAKSHMI	INDE	€ 12 790			
SASHA	INDE	€ 17 413			
SELYN	SRI LANKA	€ 25 713			
TARA	INDE	€ 35 920			
UNDUGU	KENYA	€ 9 860			

## LISTE DES ACHATS COSMÉTIQUES

FOURNISSEUR	PAYS	ACHATS 2018
ALTROMERCATO	ITALIE	€ 56 759
OXFAM INTERMON	ESPAGNE	€ 76 498

## RÉSUMÉ DES ANALYSES ET ÉTUDES 2018 1/5

### ETUDE 1 : SLOW FASHION. DÉFINITION, CARTOGRAPHIE DES ACTEURS ET ACTRICES EN BELGIQUE ET POSITIONNEMENT D'OXFAM-MAGASINS DU MONDE

Patrick Veillard, chargé de thématique, décembre 2018

Cinq ans après l'effondrement du Rana Plaza au Bangladesh, le 24 avril 2013, cette étude pose comme point de départ plusieurs questions : où en est le secteur de l'industrie textile ? Quelles sont les avancées en matière de droit des travailleurs/euses ? De responsabilisation des entreprises ? Du développement de la mode durable ? Au niveau mondial, le bilan semble de manière générale assez mitigé : si quelques initiatives ont bien été lancées après la catastrophe, le modèle de la fast fashion perdure. Le constat est sans doute encore plus sévère en Belgique : peu d'avancées concrètes ont été observées au niveau législatif, tandis que le niveau de sensibilisation du grand public à ces questions reste encore relativement faible.

L'étude tente de cerner le monde de la slow fashion, à la fois en termes de concept et d'acteurs/trices, puis de développer le positionnement d'Oxfam-Magasins du monde correspondant. L'étude analyse également les risques et les opportunités associés avec le développement d'un mouvement slow fashion en Belgique, en particulier dans sa dimension alliance.

Cette étude nous aura permis d'explorer le concept de slow fashion, sur base notamment de la littérature existante et des activités passées d'Oxfam-Magasins du monde. Le concept présente clairement un potentiel intéressant, à la fois de renouvellement de discours et de créations de nouvelles alliances, notamment du fait de son orientation consommateurs/trices, de son approche très globale (voire philosophique) et de ses modes de communication (souvent très attractifs). Surtout, il s'aligne avec la volonté plus générale de notre organisation de se rapprocher du mouvement de la transition. Il intègre en effet de nombreuses dimensions du développement durable et de l'économie circulaire, ce qui permet d'ajouter une facette Nord et environnementale aux messages traditionnellement plus orientés Sud et socio-économiques d'Oxfam-magasins du monde (du moins pour la thématique textile).

### ETUDE 2 : QUELS SONT LES ENJEUX ÉDUCATIFS DU RECOURS AU THÉÂTRE-FORUM ? LE CAS DES OXFLASH

Florine Deveseleer, formatrice en éducation à la citoyenneté mondiale et solidaire, octobre 2018

Oxfam-Magasins du monde recourt au théâtre-forum comme outil pédagogique depuis 2015, plus particulièrement dans le cadre des Oxflash, c'est-à-dire des activités de sensibilisation coorganisées, d'une part par des jeunes volontaires, membres d'équipes « Jeunes Magasins Oxfam », et, d'autre part par des formateurs/trices employé-e-s par l'association. En analysant ce cas pratique, l'étude se propose de répondre à la question des enjeux éducatifs du recours au théâtre-forum.

Par « éducatifs », nous désignons plus spécifiquement les enjeux liés aux visions de l'éducation que sont l'ECMS (éducation à la citoyenneté mondiale et solidaire) – dans le cadre de laquelle les Oxflash sont organisés – et l'EP (éducation permanente), dont relèvent d'autres activités de l'organisation d'Oxfam-Magasins du monde. Les opportunités qu'offre le théâtre-forum d'un point de vue éducatif sont riches, multiples et variées, mais il est opportun d'avoir à l'esprit un ensemble de réserves et de risques possibles. L'étude propose des pistes de réflexion, afin d'exploiter au mieux tout son potentiel. L'étude a mis en évidence quelques enjeux potentiels du recours au théâtre-forum à ces fins éducatives : il est adapté aux différents types d'intelligence et profils de personnes, il permet d'apprendre en étant détendu d'un point de vue émotionnel (l'aesthetic distance caractérisant les activités impliquant le recours à la fiction), il est particulièrement mobilisateur (permet l'expression, la prise de conscience du pouvoir d'action et libère les freins aux changements d'attitude), etc. Un point d'attention est à porter à l'expression de tous/toutes et à la gestion des débats.

Le théâtre-forum permet également de se préparer concrètement pour une situation future : les changements induits sont à exprimer en terme d'attitudes (et non de comportements) : apprendre à exercer son esprit critique, à oser penser et agir différemment des autres, prendre conscience de son pouvoir d'action, etc. Il est fédérateur pour un groupe, par les échanges entre participant-e-s, mais surtout par la conscientisation collective de leur pouvoir d'action, qui les amène à exprimer une vision du monde qui est souhaitée, en vue duquel ils/elles souhaitent agir. Il est cependant difficile de déterminer avec sûreté les changements réellement induits, parmi d'autres facteurs d'influence.

## RÉSUMÉ DES ANALYSES ET ÉTUDES 2018 2/5

### ANALYSE 1 : L'ONG D'ÉDUCATION À LA CITOYENNETÉ MONDIALE ET SOLIDAIRE, UN PARTENAIRE SUSCEPTIBLE DE FAIRE ÉVOLUER LE MONDE SCOLAIRE ?

Les animations en milieu scolaire proposées par Oxfam-Magasins du monde et d'autres ONG peuvent-elles aider à résoudre le problème du décrochage scolaire ? Elles apportent en tout cas de nouvelles manières de considérer les relations entre élèves et encadrants, et conduisent à repenser les objectifs et méthodes de l'apprentissage dans un sens plus collaboratif et plus motivant pour les élèves... comme d'ailleurs pour les profs. Il y a cependant encore bien du travail à faire pour convaincre certaines directions d'école de leur intérêt.

### ANALYSE 2 : COLLAPSOLOGIE : PASSER DE LA PRISE DE CONSCIENCE À LA PRISE EN COMPTE DE LA RÉALITÉ

Faut-il parler, en tant qu'acteurs de la société civile porteurs d'alternatives, d'un probable effondrement à court terme de notre civilisation thermo-industrielle basée sur l'énergie fossile ? Sommes-nous capables de faire entendre ce message sans provoquer la panique, sans décourager toutes les personnes qui sont déjà engagées dans une action militante ou qui sont intéressées par un tel engagement ? À travers cette analyse, nous essayerons de comprendre les mécanismes qui créent de la peur ou des blocages psychologiques qui nous empêchent d'agir ou de réagir, et de découvrir comment nous pouvons les dépasser.

### ANALYSE 3 : EDUCATION PERMANENTE OU POPULAIRE ET COLLAPSOLOGIE : DEUX MANIÈRES « RADICALES » DE RÉINTERROGER NOTRE SYSTÈME ÉCONOMIQUE ET SES IMPACTS

Peut-on rebondir d'un discours alarmiste (mais réaliste) vers un autre discours porté par l'action, par l'utopie, par la mise en place d'alternatives ? Comment créer des ponts entre le constat de l'effondrement de notre civilisation thermo-industrielle et l'éducation permanente (ou éducation populaire) ? Quelles sont les différentes formes d'action citoyennes face à l'urgence et à la nécessaire prise de conscience de l'effondrement en cours et à venir ?

### ANALYSE 4 : POUR UNE ÉCONOMIE CENTRÉE SUR L'HUMAIN

En janvier 2016, Oxfam International publiait un rapport qui faisait grand bruit. Intitulé « Une économie au service des 1% », ce rapport montrait que les 1% des plus riches possédaient davantage que les 99% restants et que le fossé entre les uns et les autres ne cessait de se creuser. Plusieurs autres études ont également dénoncé cette formidable inégalité et ses conséquences sur la pauvreté dans le monde. Un an plus tard, le rapport « Une économie au service des 99% » est venu compléter le précédent. La présente analyse rend compte de ce second rapport et détaille plus particulièrement sa dernière partie, intitulée « Bâtir l'alternative : une économie centrée sur l'humain ».

### ANALYSE 5 : ATELIER TEXTILE ÉQUITABLE : BONNES PRATIQUES ET DEMANDES EN MATIÈRE DE POLITIQUES PUBLIQUES

Oxfam-Magasins du monde (OMDM) organisait le 10 novembre dernier à New Delhi (Inde) un atelier sur le textile équitable dans le cadre de la conférence biennale de WFTO (l'organisation mondiale du commerce équitable). L'objectif global de cet atelier était de formuler, de manière participative, les idées et les visions de différents acteurs sur l'état actuel et le futur du secteur textile (équitable), avec pour objectif de préparer un futur travail de plaidoyer auprès de différents décideurs politiques européens ou indiens. L'analyse rend compte de la démarche et de ses conclusions.

### ANALYSE 6 « FAIRE DES ACHATS PUBLICS DE VÊTEMENTS DE TRAVAIL DURABLES UN ENJEU FORT DE CES ÉLECTIONS »

Les élections communales approchent, c'est l'occasion d'enfiler son costume de militant ! Dans le cadre de sa campagne 'Une autre commune est possible' (et dans la continuité de la précédente 'Une autre mode est possible'), Oxfam-Magasins du monde invite son mouvement à interpeller les candidats et les élus en matière d'achats publics de vêtements. Moins visibles que le secteur de la mode, ces achats publics de vêtements (de travail, de sécurité et promotionnels) représentent pourtant un marché important (4 milliards d'euros en Europe en 2008 pour les seuls vêtements de travail, dont la moitié passe par des marchés publics<sup>1</sup>). Ils constituent donc un levier potentiellement très intéressant pour améliorer les conditions de

travail et diminuer les impacts environnementaux au sein des chaînes d'approvisionnement textiles. Le point sur la situation avec Carole Crabbé, secrétaire générale d'achACT.

### ANALYSE 7 : TRANSITION, COLLAPSOLOGIE ET COMMERCE ÉQUITABLE : URGENT D'ENVISAGER « L'APRÈS »

La collapsologie étudie l'effondrement de notre civilisation thermo-industrielle. Ce n'est pas la fin du monde mais la fin d'un monde. Comment peut-on se préparer à ce risque de basculement, en limitant au maximum les dégâts ? Comment peut-on profiter de cette menace pour bâtir un nouveau monde, plus juste, plus solidaire, plus résilient ? En quoi le commerce équitable risque-t-il d'être impacté par les enjeux de la collapsologie et de la transition et comment pourrait-il y répondre ? Et comment des organisations telles qu'Oxfam-Magasins du monde pourraient-elles s'imprégner de ces réflexions pour construire une nouvelle stratégie plus en phase avec ces enjeux ?

### ANALYSE 8 « DERRIÈRE LE CODE-BARRE », LE RAPPORT D'OXFAM SUR LES INÉGALITÉS DANS LES CHAÎNES ALIMENTAIRES.

Les grands réseaux de supermarchés dominent les marchés mondiaux agroalimentaires, ce qui leur permet d'imposer leurs exigences et de tirer un maximum de profit à toutes les étapes de la chaîne, du producteur au consommateur. Les paysans et surtout les paysannes sont les principales victimes de leurs pratiques, alors que les actionnaires de ces géants de la grande distribution s'enrichissent toujours plus. Mais cette situation

## RÉSUMÉ DES ANALYSES ET ÉTUDES 2018 3/5

n'est pas une fatalité ! En juin 2018, Oxfam International a publié un rapport sur les inégalités dans les chaînes d'approvisionnement intitulé « Ripe-for-change-supermarket-Supply-chains ». Cette analyse vise à le synthétiser. Nous renvoyons le lecteur souhaitant davantage d'information au rapport complet en anglais ou à sa version résumée en Français « Derrière le code-barre - Des inégalités en chaînes »

### **ANALYSE 9 : LE DESIGN NE SAUVERA PAS LE MONDE, MAIS IL PAUT (DOIT) ACCOMPAGNER LES TRANSITIONS**

Certains récits (Stanley Robinson, Stephen Hawking) laissent penser que pour préserver l'humanité, il faudrait quitter la Terre qui n'arrivera bientôt plus à subvenir à ses besoins, et embarquer dans moins de 100 ans vers une autre planète. Mais l'humanité serait-elle capable d'habiter les étoiles, alors qu'elle n'a pas été en mesure d'habiter jusque ici solidairement la Terre ? N'est-il pas possible de concevoir un monde de demain habitable sur Terre à partir de ce dont l'humanité dispose encore aujourd'hui ? Comment alors concevoir ce monde, le designer ? Plutôt qu'une solution en kit pour s'échapper de la réalité, le design peut-il aider à scénariser la transition vers une Terre qui soit habitable durablement, pour les espèces vivantes actuelles et à venir ?

### **ANALYSE 10 : LE VÊTEMENT DE SECONDE MAIN EN BELGIQUE : QUELS ENJEUX POUR LES ACTEURS DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ?**

Parmi les nombreuses alternatives mises en avant par Oxfam-Magasins du monde (OMM)

dans sa campagne « Une autre mode est possible », le vêtement de seconde main (VSM) occupe une place de choix. De plus en plus tendance, en lien notamment avec la popularité du concept d'économie circulaire, le VSM attire un nombre croissant de clients ainsi que d'acteurs privés et publics. En fédération Wallonie-Bruxelles, les acteurs de l'économie sociale – regroupés au sein de la plateforme Ressources et identifiables via le label Solid'R (voir encadré) – restent majoritaires. Malgré tout, ils doivent faire face à de nombreux défis et ce sur l'ensemble de la filière : concurrence au niveau de la collecte, nécessité d'accroître leurs capacités de tri, besoin de développer de nouveaux modèles de distribution, gestion de volumes croissants de déchets, problèmes de traçabilité en fin de filière, etc. Tour d'horizon des enjeux, avec Virginie Detienne, coordinatrice de la plateforme Ressources.

### **ANALYSE 11 : MOINS DE PAROLES ET PLUS D'ACTES : LES CONCLUSIONS DU BAROMÈTRE DU CAFÉ 2018**

Le Baromètre du café 2018, un nouvel état des lieux de la filière du café, affirme que le réchauffement climatique et les phytopathologies de plus en plus fréquentes menacent la production de café à un niveau mondial. Alors que des milliards de dollars sont dépensés dans des acquisitions et des fusions, les multinationales n'investissent que très peu dans la durabilité de la filière. Sans d'importants changements, changements, les zones de culture diminueront fortement dans les pays producteurs d'ici 2050.

### **ANALYSE 12 : ASSOCIER COMMERCE ÉQUITABLE ET TRANSITION ÉCOLOGIQUE : UTOPIE OU RÉALITÉ ?**

Rencontre avec Marc Dufumier, agronome, professeur émérite et président de Commerce Équitable France, à propos des liens entre le commerce équitable et la transition écologique. L'interview aborde également l'importance des actions que les périodes électorales permettent de mener pour conscientiser et responsabiliser les mandataires politiques à ce propos.

### **ANALYSE 13 : ARTISANATS EN TRANSITION : EXPÉRIMENTER DE NOUVELLES FORMES DE PARTENARIATS**

Si le commerce équitable reste plus que jamais d'actualité de par les engagements qui l'ont fondé, le modèle sur lequel il a été conçu ne répond plus suffisamment aux enjeux contemporains. Ce constat est d'autant plus criant pour l'artisanat équitable, qui enregistre depuis plusieurs années une baisse des ventes en Belgique et en Europe, ce qui se traduit par une réduction des opportunités de travail pour les artisanes et artisans. Revisiter le modèle du commerce équitable ne passe pas uniquement par la "modernisation" des produits ou des magasins : il faut prendre en considération tout l'écosystème d'acteurs et de services. La relation de partenariat, au cœur de cet écosystème, doit être centrale dans cette réflexion. Cette analyse rend compte d'une expérience inédite de collaboration entre artisans et designers du Sud et du Nord, et expose les pistes que cette expérience a fait apparaître pour envisager une reconfiguration des partenariats équitables.

### **ANALYSE 14 : DE LA CRITIQUE DU DÉVELOPPEMENT À L'ESSOR DU BIEN VIVIR, OU COMMENT CHANGER LE MODÈLE**

Tout comme le Nord, mais dans un autre contexte et en poursuivant des objectifs en partie différents, le Sud remet en question le concept de « développement » en raison de ses effets néfastes sur l'autonomie des peuples, sur la justice sociale et sur l'environnement. Dans ce cadre, le concept de bien vivre apparaît comme une alternative riche de sens et porteuse d'espoir. Une alternative qui entre en résonance avec les mouvements de la décroissance au Nord et avec les questionnements sur les rapports Nord-Sud. Cette analyse rend compte de trois articles – indépendants mais assez complémentaires – parus dans l'ouvrage *Changer le modèle ici et maintenant ?* publiés par Alternatives Sud en septembre 2016.

### **ANALYSE 15 : GENDERWASHING, À QUEL PRIX ?**

Cet été, une marque de sous-vêtements bien connue proposait une brassière à 9,95 € avec la mention "feminist" écrite en grand. Mais : est-il féministe ce prix ? Cette analyse pousse à s'interroger sur les évolutions du mouvement féministe, ses variantes, sa récupération par le capitalisme – notamment sur la filière textile.

### **ANALYSE 16 : FILIÈRE CACAO : NE TOURNONS AUTOUR DU POT ! CHANGEONS LES RÈGLES.**

Les produits de nos chocolatiers font la réputation de la Belgique aux niveaux national et international. Mais le chocolat est aussi un

## RÉSUMÉ DES ANALYSES ET ÉTUDES 2018 4/5

business à grande échelle. Alors que les grands négociants, les chocolatiers et les supermarchés font les plus gros profits, ce sont les agriculteurs et les agricultrices du Sud qui doivent assumer le plus de risques. Les droits humains dans la production de cacao sont systématiquement violés et le secteur du chocolat est une catastrophe environnementale. Face à cela, les labels ne suffisent pas : il faut mettre en place des conventions et des règles.

### **ANALYSE 17 : LE TOURISME, FACTEUR DE DÉVELOPPEMENT... OU DE DOMINATION ?**

Le tourisme est souvent considéré comme un facteur de développement, et il représente effectivement une part importante du PIB de certains pays du Sud. Cependant, les bénéfices qu'il génère sont pour une bonne part captés par des opérateurs internationaux et ce qui arrive sur place est loin d'être toujours distribué de manière équitable. En outre, les nuisances sociales et environnementales liées au tourisme, jusqu'ici sous-évaluées, commencent à être mieux connues. Face à cela, les formules d'écotourisme et de tourisme solidaire se multiplient depuis quelques années. Sont-elles vraiment la solution ?

### **ANALYSE 18 : COMMERCE ÉQUITABLE, PRODUCTION ARTISANALE ET ENVIRONNEMENT**

Cette analyse, s'appuyant sur le mémoire de fin d'étude d'Adrien Plomteux qui a effectué un stage à Oxfam-Magasins du monde. Son travail, intitulé « Fair Trade, Handicraft Production and the Environment », cherche à

mieux comprendre la relation qu'entretiennent les groupes d'artisanat du commerce équitable avec l'environnement. Basée sur la littérature existante ainsi que sur l'étude approfondie des impacts environnementaux associés à cinq produits d'artisanat vendus par Oxfam-Magasins du monde, elle met en évidence les points forts et les points faibles du mouvement sur ces questions, et propose des pistes pour réduire l'impact environnemental.

### **ANALYSE 19 LA COMMUNICATION INTERNE: UN ENJEU POUR LES ORGANISATIONS FONCTIONNANT AVEC DES BÉNÉVOLES**

Cette analyse explore la communication interne des associations et plus particulièrement de celles qui ont recours à des bénévoles. Elle énumère et commente les éléments importants à prendre en compte lorsqu'une association souhaite implémenter un nouvel outil de communication interne. L'expérience vécue chez Oxfam-Magasins du monde, suite au lancement d'un nouvel outil et à son évaluation après un an de fonctionnement, est utilisée afin de nourrir cette réflexion.

### **ANALYSE 20 : LE VÊTEMENT DE SECONDE MAIN, UNE RESSOURCE POUR L'INNOVATION !**

La campagne « Une autre mode est possible » a permis de valoriser notre offre de vêtements de seconde main (VSM), de questionner nos pratiques et d'échanger avec d'autres acteurs du secteur sur les enjeux de la mode durable. Néanmoins le seconde main n'est ni l'activité principale ni la plus connue d'Oxfam-Magasins du monde. C'est également le cas pour la

Croix-Rouge francophone de Belgique. Nous sommes donc allées à la rencontre de Violaine Dupuis, Responsable Activités Ressources à la Croix-Rouge et particulièrement des Vestibulaires, afin de saisir les spécificités de leur réseau et de connaître son point de vue sur les défis à venir pour les acteurs du seconde main en Belgique.

### **ANALYSE 21 : COMMUNE DU COMMERCE ÉQUITABLE, UNE CAMPAGNE INTERNATIONALE. QUELLES LEÇONS EN TIRER, ICI ET AILLEURS ?**

« Fair Trade Towns » (en Belgique "Communes du commerce équitable") est une campagne internationale menée dans plus de 30 pays, tant dans le Nord que dans le Sud. Cette campagne a pour objectifs de sensibiliser au commerce équitable et d'encourager le public à opter pour une consommation responsable. Cette analyse propose une comparaison entre les modalités de cette campagne dans trois pays du Sud (Brésil, Liban, Cameroun) et deux pays du Nord (Belgique, Corée du Sud) et en tire des réflexions pour l'améliorer et l'amplifier.

### **ANALYSE 22 : LA COMMUNICATION DES ASSOCIATIONS : CRÉER ET ENTREtenir DES LIENS SOCIAUX**

Jean-Marie Pierlot est un spécialiste de la communication des associations. Il répond à nos questions sur les particularités de cette communication par rapport à celle des entreprises marchandes. L'objectif des associations est de créer des liens, non de vendre des biens : de cela découlent de nombreuses différences de messages,

langage, codes, canaux utilisés, etc. Mais des coopérations sont possibles entre les deux types d'organisations.

### **ANALYSE 23 : L'ÉDUCATION À LA CITOYENNETÉ MONDIALE ET SOLIDAIRE : QUEL IMPACT DANS LES ÉCOLES ? COMMENT LE RENFORCER ?**

Une étude externe réalisée en 2017 a évalué l'impact des activités d'Éducation à la citoyenneté mondiale et solidaire (ECMS) dans les écoles de la Fédération Wallonie-Bruxelles sur la base d'interviews d'enseignant-e-s et de directions d'écoles. Cette analyse résume les conclusions de cette étude.

### **ANALYSE 24 : « JE RÊVE QUE LES EMPLOYEURS PARTAGENT MIEUX LEURS PROFITS »**

En Inde, le secteur de l'habillement emploie 85 % de femmes et fournit de multiples clients internationaux tels que H&M, GAP ou encore Décathlon. L'un des enjeux majeurs pour ces travailleuses est de pouvoir s'exprimer librement sur leurs conditions de travail et de contribuer à les faire évoluer. Cette analyse résume une rencontre avec Rukmini, présidente du syndicat GLU.

### **ANALYSE 25 : « LE BUT PRINCIPAL EST DE FAIRE DU PROFIT, MAIS À QUEL PRIX ? »**

La Fair Wear Foundation fédère 131 marques (dont 8 belges) aux côtés de représentant-e-s de travailleur-se-s et de la société civile. Son objectif ? S'organiser pour améliorer le sort des ouvrier-ère-s de l'habillement. Rencontre avec Suhasini Singh, représentante indienne de la Fair Wear Foundation.

## RÉSUMÉ DES ANALYSES ET ÉTUDES 2018 5/5

### ANALYSE 26 : « BUY LOCAL » OU L'IMPORTANCE D'ÉTABLIR UN SYSTÈME ALIMENTAIRE TERRITORIALISÉ EN PALESTINE

Les producteurs du Sud ont tout intérêt à mettre en place des réseaux de distribution de leurs produits sur leur propre territoire. C'est pour eux un gage d'indépendance, de pérennité et de résilience face à des défis futurs tels que l'augmentation inévitable des prix des transports. La construction d'un tel "Système Alimentaire Territorialisé" est l'objectif de la campagne "Buy Local" en Palestine, qui suggère des pistes qui pourraient inspirer Oxfam-Magasins du monde.

### ANALYSE 27 : QUELLE PLACE POUR UN PROJET D'ÉDUCATION À LA CITOYENNETÉ MONDIALE ET SOLIDAIRE (ECMS) DANS LES ÉCOLES À PÉDAGOGIE ACTIVE ?

Que pense-t-on des projets d'éducation à la citoyenneté mondiale et solidaire comme celui des Jeunes Magasins Oxfam, dans les écoles dites à pédagogie active (Freinet, Decroly, Montessori, etc.) ? La façon dont ces projets sont organisés et intégrés dans les cours est-elle différente de ce qui se passe dans les écoles à pédagogie plus classique ? Petit tour d'horizon aboutissant à quelques suggestions.

### ANALYSE 28 : SALARIÉ·E·S VS EMPLOYÉ·E·S : PRENDRE CONSCIENCE DES DIFFÉRENCES POUR UN MEILLEUR PARTENARIAT

Dans une association comme Oxfam-Magasins du monde, les salarié.e.s et les bénévoles sont deux types d'acteurs différents à de nombreux

égards. De multiples tensions peuvent découler de ce qui les distingue. Il est donc essentiel d'en prendre conscience pour que la collaboration puisse servir au mieux le projet commun.

### ANALYSE 29 : CE QUE L'ÉCO-FÉMINISME NOUS DIT SUR LA CRISE ÉCOLOGIQUE

Actif depuis les années 80, le courant écoféministe consiste à penser l'intersection entre les dominations subies par les femmes et celles imposées à la nature, et leur émancipation commune. Etant donné la période de crise d'identité politique et écologique, les enjeux de justice climatique, d'accès aux ressources et de transition énergétique, il est revenu ces dix dernières années au centre des intérêts académiques et politiques. Cette analyse retrace les origines de ce mouvement, ses revendications, sa diversité et la particularité de ses modes d'action, ainsi que les perspectives qu'il ouvre sur la manière d'organiser l'économie et le travail.

### ANALYSE 30 : DANS QUELLES MESURES UNE VILLE DEVIENT UNE VILLE ÉTHIQUE ET ÉQUITABLE EXEMPLAIRE ? LE CAS DES VILLES EUROPÉENNES

En 2018, la direction générale du commerce de la Commission européenne a lancé le « EU Cities for Fair and Ethical Trade Award ». Ce prix récompense les initiatives des villes qui ont un impact sur la durabilité sociale, économique et environnementale du commerce international. Bien qu'il n'y ait eu qu'un seul « Gagnant » [la ville de Gand], plusieurs « Mentions Spéciales » ont

été décernées à d'autres villes. Découvrir les actions entreprises par ces villes permet d'ouvrir des pistes pour les Communes du commerce équitable de Bruxelles et de Wallonie.

### ANALYSE 31 : LE SERVICE-LEARNING : DÉFINITION, RÉFLEXION ET ÉTUDE DE CAS EN BELGIQUE FRANCOPHONE.

Le Service-Learning est un concept d'enseignement mettant l'accent à parts égales sur l'apprentissage par l'expérience et le service rendu à la communauté. On en entend timidement parler en Belgique francophone alors qu'il est déjà fort développé dans la culture d'enseignement anglo-saxonne et hispanophone. Ce modèle qui prône l'engagement citoyen dans le cadre des cours est encensé par beaucoup. Cependant, le type d'engagement qui doit être valorisé et la manière de le valoriser font encore débat.

### ANALYSE 32 : LE COMMERCE ÉQUITABLE : UNE NICHE D'INNOVATION APPELÉE À DEVENIR LA NORME

Compte-rendu de l'intervention d'Olivier De Schutter lors de l'AG d'Oxfam-Magasins du monde du 15/12/2018. Compte rendu de l'intervention d'Olivier De Schutter lors de l'AG d'Oxfam en décembre 2018 à propos de la question d'une contradiction éventuelle entre favoriser la croissance au Sud par le commerce équitable et promouvoir un mode de vie plus sobre et durable au Nord.



**OXFAM**

Magasins du monde

Rue Provinciale, 285 - 1301 Wavre  
TVA BE 416.486.821